

**TINGKAT KEPUASAN PETANI DALAM PEMBELIAN BENIH
JAGUNG MANIS DI KECAMATAN KAYEN KIDUL
KABUPATEN KEDIRI**

**Oleh:
BOGY RIZKY GUNAWAN**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**TINGKAT KEPUASAN PETANI DALAM PEMBELIAN
BENIH JAGUNG MANIS DI KECAMATAN KAYEN KIDUL
KABUPATEN KEDIRI**

Oleh:

BOGY RIZKY GUNAWAN

145040107111016

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2018**



PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Malang, 10 Juli 2018

Bogy Rizky Gunawan

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Tingkat Kepuasan Petani Dalam Pembelian Benih Jagung Manis
di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri

Nama :Bogy Rizky Gunawan

NIM :145040107111016

Program Studi : Agribisnis

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

Nur Baladina, SP., MP.

NIP. 198202142008012012

Putri Budi Setyowati, SP.,M.Sc.

NIP. 2016079003312001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian,

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D

NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I,

Penguji II,

Rini Mutisari, SP., MP.
NIP. 2016099005052001

Putri Budi Setyowati, SP.,M.Sc.
NIP. 2016079003312001



Penguji III

Nur Baladina, SP., MP.
NIP. 198202142008012012

Tanggal Lulus:

HALAMAN PERSEMBAHAN

"Ibu...!! maafkanlah kata-kata yang telah terucap oleh bibirku
anakmu,, yang terkadang telah menyakiti perasaan ibu,, aku
sungguh tidak kuasa untuk melihatmu sedih karena kelakuanku

Disaat aku dalam kesedihan dan dalam keterpurukan,, seseorang
akan slalu berada didekatku untuk menghiburku yaitu Ibu.

Keinginanku sangatlah sederhana,, aku ingin selalu melihat ibu
dengan tersenyum,, karna kebahagiaanku akan terasa begitu
sempurna apabila sebuah alasan dibalik ibu senyuman itu adalah
anaknya

Tidak akan pernah aku membiarkan ibu bersedih,, aku kan selalu
berusaha untuk memberikan yang terbaik bagimu.

Ibu, izinkan aku memeluk hatimu; agar aku merasakan apa yang
engkau rasakan dari sakit yang tak menangis
bidadari yang menyembunyikan sayapnya itu engkau, ibu

Ibu, doakan aku menjadi anak yg soleh. Smoga aku menjadi alasan
Allah SWT membuka pintu surga-Nya buat engkau kelak ~ Aamiin

RINGKASAN

BOGY RIZKY GUNAWAN. 145040107111016. Tingkat Kepuasan Petani dalam Pembelian Benih Jagung Manis di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri. Dibawah bimbingan Nur Baladina, SP.,MP. dan Putri Budi Setyowati, SP.,M.Sc.

Benih merupakan salah satu faktor produksi yang peranannya sangat signifikan dalam menentukan produktivitas usahatani. Penggunaan benih yang unggul akan meningkatkan produktivitas maupun produksi usahatani untuk mendapatkan produksi yang tinggi perlu digunakan benih yang bermutu (Sugito dkk, 1991). Banyaknya perusahaan benih jagung manis menunjukkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat antar perusahaan benih. Karena semakin banyak perusahaan dengan berbagai macam kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin banyak pula pertimbangan konsumen atau petani dalam memilih produk mana yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Penelitian ini akan menganalisis mengenai kepuasan konsumen yaitu petani pada produk benih jagung manis diukur dengan menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), analisis ini meliputi tingkat kepentingan konsumen, tingkat kinerja konsumen, tingkat kesenjangan (GAP) antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, pemetaan dengan menggunakan diagram Kartesius, dan yang terakhir tingkat kepuasan petani. Jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 24 atribut.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dari 24 atribut yang ditentukan dalam penelitian, ternyata hanya 11 atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli serta menggunakan produk benih jagung manis. Atribut tersebut adalah bentuk tanaman jagung manis, kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), warna biji jagung manis, tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut), dan berat kemasan.

Hasil tingkat kepuasan dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) untuk benih jagung manis Talenta diperoleh nilai 78,55. Sedangkan untuk produk benih jagung merek Bonanza diperoleh nilai 73,21. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa produk benih jagung manis merek Talenta lebih difavoritkan oleh petani daripada produk benih jagung manis merek Bonanza.

SUMMARY

BOGY RIZKY GUNAWAN. 145040107111016. Farmers Satisfaction Level in the Purchase of Sweet Corn Seed in Kayen Kidul Subdistrict, Kediri Regency. Under the guidance of Nur Baladina, SP.,MP. and Putri Budi Setyowati, SP.,M.Sc.

Seed is one of the factors of production whose role is very significant in determining the productivity of farming. The use of superior seeds will increase the productivity and production of farming to obtain high production needs to be used quality seed (Sugito et al, 1991). The number of sweet corn seed companies indicates an increasingly tight market competition among seed companies. As more companies with a variety of quality products offered, the more consideration of consumers or farmers in choosing which products will be selected in accordance with the needs and desires.

This research will analyze about consumer satisfaction that is farmer on sweet corn seed product measured by using analysis tool of Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI), this analysis covers level of consumer interest, level of consumer performance, level of gap (GAP) between level of importance and level of performance, mapping using Cartesian diagram, and the last level of farmer satisfaction. The number of attributes used in this study amounted to 24 attributes.

Based on the analysis that has been done, the results of this study include; of the 24 attributes specified in the study, it turns out that only 11 attributes are considered by consumers in buying and using the products of sweet corn seed brand Talenta and Bonanza. The attributes are the shape of sweet corn plant, the quantity of production, the resistance of the plant to the pest, the resistance of the plant to the disease, the save endurance (durable green clobot), the age of the plant harvest, the size / weights of cobs, the end of the cob full (mepet), the color of sweet corn kernels , thickness / thinness of fruit flesh (yield of grated seed), weight of packaging.

Based on the analysis that has been done, of the 24 attributes determined in the study, it turns out only 11 attributes into consideration consumers in buying and using sweet corn seed products. The attributes are the shape of sweet corn plant, the quantity of production, the resistance of the plant to the pest, the resistance of the plant to the disease, the save endurance (durable green clobot), the age of the plant harvest, the size / weights of cobs, the full cob end (mepet), the color of the sweet corn kernels , thickness / thinness of fruit flesh (yield of grated seed), and weight of packaging.

The result of satisfaction level using Customer Satisfaction Index (CSI) for Talenta sweet corn seed obtained 78,55 value. As for the corn seeds brand Bonanza obtained value of 73.21. Overall it can be concluded that Talenta sweet corn seeds products are favored by farmers rather than sweet corn products of the Bonanza brand.

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Kota Kediri pada tanggal 25 Juli 1995, putra kedua dari Bapak Prasodjo S.sos dan Suwardani S.E. Pendidikan sekolah SD Klegen 01-02 Kota Madiun tamat pada tahun 2008, sekolah pendidikan menengah pertama di SMP NEGERI 1 Kota Madiun selesai pada tahun 2011, dan sekolah Pendidikan menengah atas di SMA NEGERI 1 KOTA Madiun tamat pada tahun 2014.

Tahun 2014 melanjutkan Pendidikan di UNIVERSITAS BRAWIJAYA Kota Malang Jawa Timur pada Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Petani Dalam Pembelian Produk Benih Jagung Manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri pada tanggal 10 Juli 2018.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Hasil Penelitian Skripsi berjudul “Tingkat Kepuasan Petani dalam Pembelian Benih Jagung Manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri. Penelitian ini merupakan kewajiban setiap mahasiswa S-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya sebagai bagian dari langkah dalam menyelesaikan studi tahap sarjana (S1). Penelitian ini, membahas mengenai tingkat kepuasan petani dalam pembelian benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan kinerja produk benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri.

Pada penelitian ini sangat dimungkinkan masih ada kekurangan yang harus diperbaiki. Segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu dalam penulisan laporan selanjutnya agar lebih baik. Semoga penelitian mengenai Tingkat Kepuasan Petani Dalam Pembelian Benih Jagung Manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Malang, 10 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.3. Kegunaan Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2. Teori	8
2.2.1 Jagung Manis	8
2.2.2 Perilaku Konsumen	9
2.2.3 Persepsi Konsumen	13
2.2.4 Atribut Produk	14
2.2.5 Kepuasan Konsumen	15
III. KERANGKA TEORITIS	17
3.1. Kerangka Pemikiran	17
3.2. Hipotesis	19
3.3. Batasan Masalah	19
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19
IV. METODE PENELITIAN	35
4.1. Pendekatan Penelitian	35
4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu	35
4.3. Teknik Penentuan Sample	35
4.4. Teknik Pengumpulan Data	36
4.5. Uji Instrumen	36
4.6. Teknik Analisis Data	38
4.6.1 Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	38
4.6.2 Metode CSI (<i>Customers Satisfaction Index</i>)	41
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian	43
5.1.1. Karakteristik Kecamatan Kayen Kidul	43
5.2. Karakteristik Responden	47

5.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
5.2.2. Responden Berdasarkan Usia	48
5.2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
5.2.4. Responden Berdasarkan Kepemilikan Lahan	49
5.2.5. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	50
5.3. Hasil Uji Instrumen dengan Menggunakan Cohran Q Test	50
5.4. Hasil Pengukuran dengan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) dan CSI (<i>Customer Satisfaction Indeks</i>)	52
5.4.1. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen.....	52
5.4.2. Hasil Analisis Tingkat Kinerja Atribut Produk Benih Jagung Manis	53
5.4.3. Hasil Analisis Tingkat Kesenjangan (GAP) dan Tingkat Kesesuaian Produk Benih Jagung Manis	56
5.4.4. Hasil Pemetaan Prioritas Atribut Menggunakan Diagram Kartesius.....	59
5.5. Hasil Pengukuran Kepuasan Menggunakan <i>Customer Service Indeks</i> (CSI).....	68
VI. PENUTUP	70
6.1. Kesimpulan.....	70
6.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
2.	Luas Desa/ Kelurahan di Kecamatan Kayenkidul dan jarak tempuh ke Ibukota Kecamatan.....	43
3.	Jumlah Penduduk di Kecamatan Kayenkidul	44
4.	Jumlah SD/MI, SMP/Mts, dan SMA/MA di Kecamatan Kayen Kidul.....	45
5.	Luas Lahan Desa/ Kelurahan di Kecamatan Kayenkidul Menurut Jenis Penggunaannya	45
6.	Sumber Penghasilan Utama sebagian besar Penduduk di Kecamatan Kayenkidul	46
7.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
8.	Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
9.	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
10.	Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan	49
11.	Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	50
12.	Hasil Uji Instrumen Cohran Q Test.....	51
13.	Tingkat Kepentingan Konsumen	53
14.	Tingkat Kinerja Produk Benih Jagung Manis Merek Talenta.....	54
15.	Tingkat Kinerja Produk Benih Jagung Manis Merek Bonanza.....	55
16.	Tingkat Kesesuaian Produk Benih Jagung Manis Merek Talenta.....	57
17.	Tingkat Kesesuaian Produk Benih Jagung Manis Merek Bonanza.....	58
18.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	<i>An Overview of The Perceptual Process</i>	14
2.	Kerangka Pemikiran	17
2.	Diagram Kartesius	41
3.	Diagram Kartesius Untuk Produk Merek Talenta	65
4.	Diagram Kartesius Untuk Produk Merek Bonanza	68



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	77
2.	Karakteristik Responden.....	96
3.	Hasil Perhitungan Cohran Q Test	97
4.	Jawaban Responden Untuk Tingkat Kepentingan Konsumen.....	103
5.	Jawaban Responden Untuk Tingkat Kinerja Produk (Talenta)	105
6.	Jawaban Responden Untuk Tingkat Kinerja Produk (Bonanza)	107
7.	Dokumentasi Penelitian	109



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hortikultura merupakan salah satu jenis tanaman yang berkembang pesat dalam pertanian Indonesia. Jenis tanaman yang dibudidayakan dalam hortikultura meliputi buah-buahan, sayur-sayuran, bunga dan tanaman hias. Sayuran merupakan jenis tanaman hortikultura yang menjadi salah satu sumber vitamin, mineral, protein, dan karbohidrat. Produksi tanaman hortikultura nasional menyumbang produksi sebesar 13 juta ton pada tahun 2016 (BPS, 2016). Salah satu jenis tanaman tersebut yaitu jagung manis atau masyarakat Indonesia sering menyebutnya jagung sayur. Tanaman jagung manis juga menjadi trend saat ini dengan potensi produksi tongkol optimal sebesar 20 ton/ha (Syukur dan Rifianto, 2013).

Menurut Pabbage, Zubachtirodin, dan Saenong, (2008), jagung manis merupakan tanaman hortikultura yang banyak disukai masyarakat, karena memiliki kandungan sukrosa yang lebih tinggi dibandingkan dengan jagung biasa. Tanaman jagung manis mengandung gizi yang tinggi, yaitu energi (96 kal), protein (3,5 g), lemak (1,0 g), karbohidrat (22,8 g), kalsium (3,09 mg), fosfor (111,0 mg), besi (0,7 mg), vitamin A (400 SI), vitamin B (0,15 mg), vitamin C (12 mg), dan air (72,7 g). Tidak hanya masyarakat yang banyak menyukai jagung manis, namun petani juga gemar menanam jagung manis dikarenakan jagung manis memiliki umur panen yang lebih singkat dan harga jual panen yang lebih tinggi daripada jenis jagung pada umumnya.

Data FAO (2015) menunjukkan produksi nasional jagung manis mencapai 600.000 ton per tahun. Dengan demikian Indonesia termasuk dalam 5 besar penghasil jagung manis dunia. Jika produksi nasional jagung tersebut dikonversikan pada kebutuhan benih, maka negara Indonesia memerlukan benih sekitar hampir 1.000 ton per tahun (Sugiarto, 2016). Salah satu Provinsi yang memiliki produksi jagung cukup banyak yaitu Provinsi Jawa Timur dengan jumlah produksi sebesar 6,3 juta ton pada tahun 2016 (BPS, 2017). Jenis jagung yang dijual oleh pedagang yaitu jagung ontongan kering sebesar 20,29%, jagung giling 10,14%, jagung pakan atau pipil kering sebesar 59,42%, jagung bentuk lainnya (benih jagung, jagung manis, dedak jagung) 7,25%, dan tepung jagung mencapai 2,90% (Kementan, 2014). Menurut data tersebut apabila dikonversikan dalam

satuan ton, maka untuk jagung manis menghasilkan 115 ribu ton, sedangkan untuk jagung pakan atau jagung pipil sebesar 3,7 juta ton.

Kabupaten Kediri merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang menjadi sentra produksi jagung manis. Berdasarkan informasi yang dikemukakan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Kediri (2017), daerah yang memiliki potensi cukup besar dalam produksi jagung manis terletak di empat Kecamatan, diantaranya Kecamatan Plemahan, Kecamatan Papar, Kecamatan Pare, dan Kecamatan Kayen Kidul. Berdasarkan hasil survey pendahuluan, sebagian besar petani hanya menyukai satu merk produk benih jagung manis saja.

Benih merupakan salah satu faktor produksi yang peranannya sangat signifikan dalam menentukan produktivitas usahatani. Penggunaan benih yang unggul akan meningkatkan produktivitas maupun produksi usahatani untuk mendapatkan produksi yang tinggi perlu digunakan benih yang bermutu (Sugito dkk, 1991). Semakin meningkatnya kebutuhan akan komoditas jagung manis tersebut mengakibatkan peningkatan permintaan benih jagung manis, selain itu juga akan membuka peluang bagi perusahaan benih untuk memproduksi benih jagung manis dengan kualitas yang baik.

Banyaknya perusahaan benih jagung manis menunjukkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat antar perusahaan benih. Karena semakin banyak perusahaan dengan berbagai macam kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin banyak pula pertimbangan konsumen atau petani dalam memilih produk mana yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan daya saingnya melalui usaha – usaha yang inovatif untuk mengetahui tingkat kepuasan petani dan menghadapi pesaing – pesaingnya.

Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian. Kepuasan menurut Kotler (2005) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Apabila kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja

perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Fenomena yang terdapat di Kabupaten Kediri, khususnya Kecamatan Kayen Kidul yaitu termasuk salah satu wilayah produksi jagung manis cukup besar dan sebagian besar petani hanya menyukai satu merek benih jagung manis saja, perlu untuk dikaji lebih dalam. Penelitian terdahulu lebih banyak menjawab bagaimana teknologi budidaya jagung untuk meningkatkan hasil produksi usahatani jagung (Murni dan Arief, 2008). Penelitian yang menjelaskan mengenai persepsi dan tingkat kepuasan terhadap atribut benih jagung yang dibeli petani tergolong sedikit khususnya untuk benih jagung manis.

Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan dengan alasan karena untuk mengetahui bagaimana persepsi dan berapa besarnya kepuasan petani terhadap produk benih jagung manis. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi perusahaan benih untuk mengembangkan produk benih jagung manis dengan mempertimbangkan kepuasan petani sebagai konsumen. Petani juga dapat mengetahui persepsi petani lain mengenai tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung manis yang sudah digunakan.

1.2. Rumusan Masalah

Kabupaten Kediri merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi pasar benih jagung manis cukup tinggi. Tingginya potensi pasar benih jagung manis mengakibatkan banyaknya perusahaan benih jagung manis seperti PT Agri Makmur Pertiwi dan PT *East West Seed*, Bisi, Surya Mentari, dan lain - lain memasarkan produknya di Kabupaten Kediri salah satunya Kecamatan Kayen Kidul. Perusahaan benih jagung manis yang ada di Indonesia saat ini sebagian besar adalah milik asing. Benih induk yang digunakan untuk memproduksi benih hibrida juga masih impor (Sugiarto, 2016).

Pemerintah berupaya meningkatkan peluang perusahaan lokal untuk masuk ke persaingan pasar benih jagung manis. Upaya yang dilakukan pemerintah yaitu mengeluarkan kebijakan bagi impor benih hibrida melalui Peraturan Menteri Pertanian Nomor 05/Pementan/OT.140/2/2012, yang membatasi masa edar satu

jenis varietas (merek) benih induk impor hanya selama dua tahun. Setelah dua tahun perusahaan benih harus membuat (mengganti merek) kembali varietas tersebut. Kebijakan ini sering mengakibatkan merek benih jagung manis bervariasi dan membuat persepsi petani lebih mementingkan nama perusahaan benih jagung manis daripada nama merek produk benih jagung manis.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah sejauh mana persepsi dan tingkat kepuasan petani terhadap atribut benih jagung manis yang dibeli di tengah semakin ketatnya persaingan merek benih jagung manis Talenta dan Bonanza di pasaran. Selanjutnya, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen benih jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri.

1.4. Kegunaan Penelitian

Diharapkan, penelitian ini akan bermanfaat, khususnya :

1. Bagi penulis

Dapat memperoleh pengetahuan tentang sejauh mana persepsi dan kepuasan petani terhadap atribut produk benih jagung manis yang dibeli, serta sebagai media penerapan teori khususnya tentang perilaku konsumen terhadap suatu produk sehingga bermanfaat nantinya.

2. Bagi petani

Dapat memperoleh pengetahuan tentang sejauh mana persepsi dan tingkat kepuasan terhadap atribut produk benih jagung manis yang dibeli petani di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri.

3. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi bagi perusahaan benih jagung manis untuk mengembangkan produk benih jagung manis yang berkualitas dengan mempertimbangkan kepuasan petani sebagai konsumen.

4. Bagi penelitian selanjutnya

Sebagai sumber referensi dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang persepsi dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk benih jagung manis yang dibeli.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian yang dilakukan Karunia (2016) dengan tujuan untuk mendeskripsikan perilaku petani dalam menggunakan benih, serta menganalisis kepuasan petani terhadap kualitas pelayanan toko benih hibrida dan kualitas produk benih hibrida pada usahatani jagung manis. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, integrasi *Important Performance Analysis* (IPA) dengan model Kano dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil dari analisis integrasi IPA dan Kano didapatkan atribut kualitas pelayanan toko benih, harga benih dan jaminan kualitas panen harus ditingkatkan karena berada pada kuadran I.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Swastika, *et.al.* (2013) dengan tujuan untuk menentukan kualitas beras organik berdasarkan kepuasan konsumen beras organik di Kabupaten Sragen. Metode yang digunakan yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan atribut mutu beras organik yang dianggap tidak penting adalah harga dan kemasan. Hasil analisis CSI menunjukkan bahwa konsumen beras organik di Kabupaten Sragen cukup puas dan berdasarkan diagram kartesius diketahui bahwa kinerja atribut produk beras organik yang dihasilkan oleh pertanian organik di Kabupaten Sragen masih perlu diperbaiki, terutama pada atribut warna, kebersihan, sertifikat organik dan kesesuaian label.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dijadikan acuan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian oleh Shinta, *et.al.* (2013) dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja sistem komunitas organik brenjonk, mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan petani terhadap komunitas organik brenjonk dan mengetahui seberapa besar tingkat loyalitas petani terhadap komunitas organik brenjonk. Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan analisis kategori loyalitas. Hasil penelitian menggunakan metode IPA menunjukkan masih ada beberapa atribut yang perlu ditingkatkan yaitu atribut pengawasan anggota, sanksi untuk anggota, meningkatnya jumlah anggota,

inspeksi anggota, dan pengangkutan dari lokasi produksi ke lokasi pasca panen. Hasil penelitian menggunakan CSI menunjukan komunitas organik brenjonk termasuk dalam kategori puas, artinya anggota sudah merasa puas dengan sistem manajemen yang sudah ada. Hasil penelitian selanjutnya menggunakan analisis loyalitas menunjukan sebagian besar anggota yang bergabung dengan komunitas organik brenjonk di kelompokkan menjadi karyawan biasa dalam artian mereka hanya melakukan aktivitas ini sebagai rutinitas sehari-hari bukan karena loyal terhadap komunitas mereka.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Musa *et.al.* (2010) mengenai penggunaan analisis kepentingan kinerja untuk merumuskan strategi kepuasan konsumen pada industri penjualan langsung di Malaysia. Metode analisis yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis*, *Multiple Regression Analysis* dan *Correlation Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan sebelum menggunakan IPA perlu dilakukan langkah validasi silang dengan metode lain untuk menilai kepentingan atribut seperti analisis regresi dan korelasi. Hal tersebut terjadi karena hasil penelitian ini menunjukkan beberapa item masuk dalam zona yang sama walaupun dengan metode penelitian yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Hernandez *et.al.* (2016) dengan tujuan untuk menganalisis persepsi petani skala kecil tentang kualitas benih kentang dan perbedaan dengan persepsi ahli benih tentang kualitas benih kentang di dataran tinggi Andean, Peru. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah *Means-End-Chains* yaitu pendekatan baru dalam mempelajari keputusan petani tentang penggunaan varietas dan benih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai dari keamanan, kesehatan dan kesejahteraan petani adalah nilai pribadi yang penting untuk mempengaruhi persepsi kualitas petani skala kecil di dataran tinggi Andean, Peru.

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan antar penelitian, yaitu mengenai topik perilaku konsumen dan pengukuran tingkat kepuasan konsumen menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Beberapa penelitian menggunakan analisis tambahan seperti analisis regresi, analisis kategori loyalitas dan analisis *Means-End-Chains* di sesuaikan dengan tujuan dari penelitian

tersebut. Tiga penelitian fokus pada tingkat kinerja dan kepuasan konsumen berdasarkan atribut yang di tawarkan oleh masing – masing produk yaitu atribut dari benih kentang, jagung manis dan beras organik . Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada alat analisis, atribut produk serta lokasi penelitian.

2.2. Teori

2.2.1. Jagung Manis

Jagung manis (*Zea mays Saccharata*) merupakan salah satu jenis tanaman yang dipanen muda dan banyak diusahakan di daerah tropis. Jagung manis atau yang sering disebut sweet corn dikenal di Indonesia pada awal 1980 melalui hasil persilangan (Koswara, 1986). Sejak itu jagung manis di Indonesia mulai ditanam secara komersial karena penanamannya yang sederhana dan digemari oleh masyarakat. Sifat manis pada jagung manis disebabkan oleh gen su-1 (*sugary*), bt-2 (*brittle*) ataupun sh-2 (*shrunk*). Gen ini dapat mencegah perubahan gula menjadi pati pada endosperma sehingga jumlah gula yang ada sekitar dua kali lebih banyak dari jagung biasa (Koswara, 1986).

Menurut Syukur dan Rifianto (2013), umur produksi jagung manis lebih genjah, sehingga sangat menguntungkan dari segi ekonomi. Jagung manis tergolong tanaman monokotil yang berumah satu (*monoecious*) yang artinya benang sari dan putik terletak pada bunga yang berbeda, tetapi dalam satu tanaman yang sama. Berdasarkan tipe bunga tersebut, maka penyerbukannya dilakukan dengan menyerbuk silang. Penyerbukan dibantu oleh angin dan gaya gravitasi. Penyerbukan juga dapat dipengaruhi oleh suhu dan varietas jagung manis dan dapat berakhir setelah 3 - 10 hari. Rambut togkol biasanya muncul 1 - 3 hari setelah serbuk sari mulai tersebar dan siap diserbuki keluar dari kelobot, dengan potensi produksi tongkol optimal sebesar 20 ton/ha.

Syukur dan Rifianto (2013) mengatakan bahwa untuk memperoleh produksi yang tinggi, jagung manis sebaiknya dibudidayakan di dataran rendah hingga dataran tinggi (0 - 1.500 m dpl) pada lahan kering yang berpengairan cukup maupun tadah hujan dengan pH tanah antara 5,5 - 7. Selain itu, pemberian pupuk N, P dan K merupakan salah satu penunjang keberhasilan dalam budidaya jagung manis. Hal

ini karena sangat berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas produksi jagung manis. Selain syarat tumbuh dan pemupukan, benih unggul sangat berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya hasil produksi. Menurut Sugito dkk. (1991), benih merupakan faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan awal kehidupan tanaman. Sehingga untuk mendapatkan produksi yang tinggi perlu digunakan benih yang bermutu juga. Benih sweet corn berbeda dengan jagung biasa, bentuknya keriput dan lebih ringan. Selain itu, benih sweet corn masih sulit diusahakan sendiri dan hanya bisa dilakukan oleh pemulia tanaman.

Menurut Syukur dan Rifianto (2013) dalam rangka memenuhi faktor penunjang keberhasilan budidaya, munculnya hama dan penyakit menjadi salah satu faktor penghambat yang dapat merusak hasil produksi. Kehilangan hasil akibat serangan hama dan penyakit berkisar 5 - 50%. Bahkan bila serangan tersebut sangat fatal bisa mengakibatkan kehilangan total. Oleh karena itu, pengendalian hama dan penyakit merupakan tahap yang harus untuk menunjang keberhasilan usaha budidaya jagung manis, baik preventif maupun pengendalian.

2.2.2. Perilaku Konsumen

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan target market. Bidang ilmu perilaku konsumen mempelajari bagaimana individu kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan jasa, barang, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Perilaku konsumen merupakan bagian dari manajemen pemasaran yang berhubungan dengan manusia sebagai pasar sasaran.

Menurut Engel et al. (1994), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen dipengaruhi dan dibentuk oleh pengaruh lingkungan (budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi), perbedaan individu (sumberdaya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi), dan proses psikologis (pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap dan perilaku).

Kotler (2005) mengemukakan perilaku konsumen sebagai individu atau kelompok yang berusaha untuk memenuhi atau mendapatkan barang atau jasa untuk kehidupan pribadi atau kelompoknya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, menurut Bilson Simamora (2008) yaitu :

1. Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai ruang yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh:

- a. Kultur, adalah faktor paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya dituntut oleh naluri. Sedangkan manusia, perilakunya biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya. Sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku antara seorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkungan yang lain pula. Sehingga pemasar sangat berkepentingan untuk melihat pergeseran kultur tersebut agar dapat menyediakan produk-produk baru yang diinginkan konsumen.
- b. Subkultur, tiap kultur mempunyai subkultur yang lebih kecil, atau kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dari situasi hidup yang sama. Seperti kelompok kebangsaan yang bertempat tinggal pada suatu daerah mempunyai citarasa dan minat etnik yang khas. Demikian pula halnya dengan kelompok keagamaan.
- c. Kelas sosial, adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, kekayaan dan variabel lainnya. Kelas sosial memperlihatkan preferensi produk dan merek yang berbeda.

2. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi tanggapan konsumen, oleh karena itu pemasar harus benar-benar memperhitungkannya untuk menyusun strategi pemasaran.

- a. Kelompok, perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Ada yang disebut dengan kelompok primer, di mana anggotanya berinteraksi secara tidak formal seperti keluarga, teman dan sebagainya. Ada pula yang disebut dengan kelompok sekunder, yaitu seseorang berinteraksi secara formal tetapi tidak reguler. Kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Orang sering dipengaruhi oleh kelompok rujukan dimana ia tidak menjadi anggotanya.
- b. Keluarga, anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga orientasi adalah keluarga yang terdiri dari orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntutan agama, politik, ekonomi dan harga diri. Bahkan jika pembeli sudah tidak berhubungan lagi dengan orang tua, pengaruh terhadap perilaku tetap ada. Sedangkan pada keluarga prokreasi, yaitu keluarga yang terdiri atas suami-istri dan anak pengaruh pembelian itu akan sangat terasa.
- c. Peran dan status, posisi seorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.

3. Faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti :

- a. Usia dan tahap daur hidup, orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga. Sehingga pemasar hendaknya memperhatikan perubahan minat pembelian yang terjadi yang berhubungan dengan daur hidup manusia.
- b. Pekerjaan, pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka.

- c. Keadaan ekonomi, keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk. Pemasar yang produknya peka terhadap pendapatan dapat dengan seksama memperhatikan kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga. Jadi indikator-indikator ekonomi tersebut menunjukkan adanya resesi, pemasar dapat mencari jalan untuk menetapkan posisi produknya.
- d. Gaya hidup, orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.
- e. Kepribadian dan konsep diri, tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan ini akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi yang unik yang menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri. Kepribadian sangat bermanfaat untuk menganalisis perilaku konsumen bagi beberapa pilihan produk atau merek.

4. Faktor psikologis

Pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologi tertentu seperti rasa lapar, haus, dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologi tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pihak pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologi yang utama, yaitu:

- a. Motivasi, kebanyakan dari kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan.
- b. Persepsi, seseorang yang termotivasi akan siap bereaksi. Bagaimana orang itu bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara

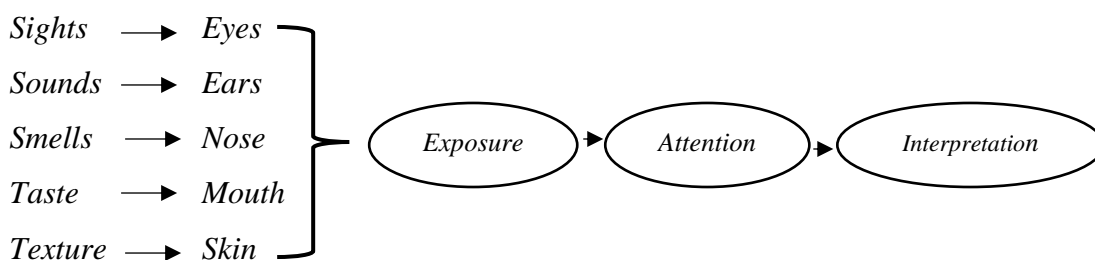
berbeda karena perbedaan persepsi mereka terhadap situasi itu. Persepsi sebagai proses di mana individu memilih, merumuskan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

- c. Proses belajar (learning), proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Secara teori, pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan, dan penguatan. Para pemasar dapat membangun permintaan akan produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, dengan menggunakan isyarat motivasi, dan dengan memberikan penguatan yang positif.
- d. Kepercayaan dan sikap, melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli. Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Sedangkan sikap adalah organisasi dan motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan proses kognitif kepada suatu aspek.

Kesimpulan dari kedua pernyataan diatas yaitu perilaku konsumen merupakan kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan

2.2.3. Persepsi Konsumen

Menurut Solomon (2010) Persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menafsirkan sensasi. Masing-masing individu menafsirkan sendiri stimulus yang mereka terima dengan kata lain masing-masing individu bisa mempunyai persepsi tersendiri terhadap stimulus yang mereka terima tergantung kebutuhan dan pengalaman mereka. Ada tiga tahap untuk membentuk persepsi yaitu *exposure*, *attention*, dan *interpretation*.



Gambar 1. *An Overview of The Perceptual Process*

Sedangkan menurut Porter (2008) Persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Orang dapat membentuk persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga proses perseptual (berhubungan dengan rangsangan sensorik), yaitu :

1. Atensi selektif

Merupakan kecenderungan seseorang untuk menyaring sebagian besar informasi yang dihadapi sehingga membuat orang pemasaran harus bekerja sangat keras untuk menarik perhatian konsumen.

2. Distorsi selektif

Menguraikan kecenderungan orang untuk menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang mereka yakini.

3. Retensi selektif

Seseorang juga akan melupakan sebagian besar yang telah mereka pelajari. Mereka cenderung mempertahankan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka.

2.2.4. Atribut Produk

Atribut produk dipandang sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin lengkap atribut sebuah produk, maka semakin besar peluang produk tersebut diminati konsumen. Menurut Tjiptono dan Chandra (2007) mengemukakan ada delapan dimensi kualitas produk, yakni :

1. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Fitur atau ciri – ciri tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya Tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi penanganan keluhan secara memuaskan. Layanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan dan purna jual.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya : bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*percieved quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.2.5. Kepuasan Konsumen

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing.

Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian. Kepuasan menurut Kotler (2005) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Apabila kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitiv terhadap harga dan member komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Gerson (2004) juga menyatakan pendapatnya mengenai definisi kepuasan konsumen yaitu kondisi dimana sebuah produk/jasa memenuhi/melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga diartikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya, dan kinerja aktual yang

dirasakan setelah pemakaian (Lovelock, 1999). Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen maka pemilik usaha dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kemudian Kotler (1997) menjelaskan bahwa: *“The company can increase customer satisfaction by lowering its price, or increasing its service, and improving product quality”*. Maksud pernyataan diatas, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan jalan menjual produk dengan harga memadai, atau meningkatkan layanan, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Secara implisit, pernyataan diatas menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

1. Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

3. Kualitas Produk.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.

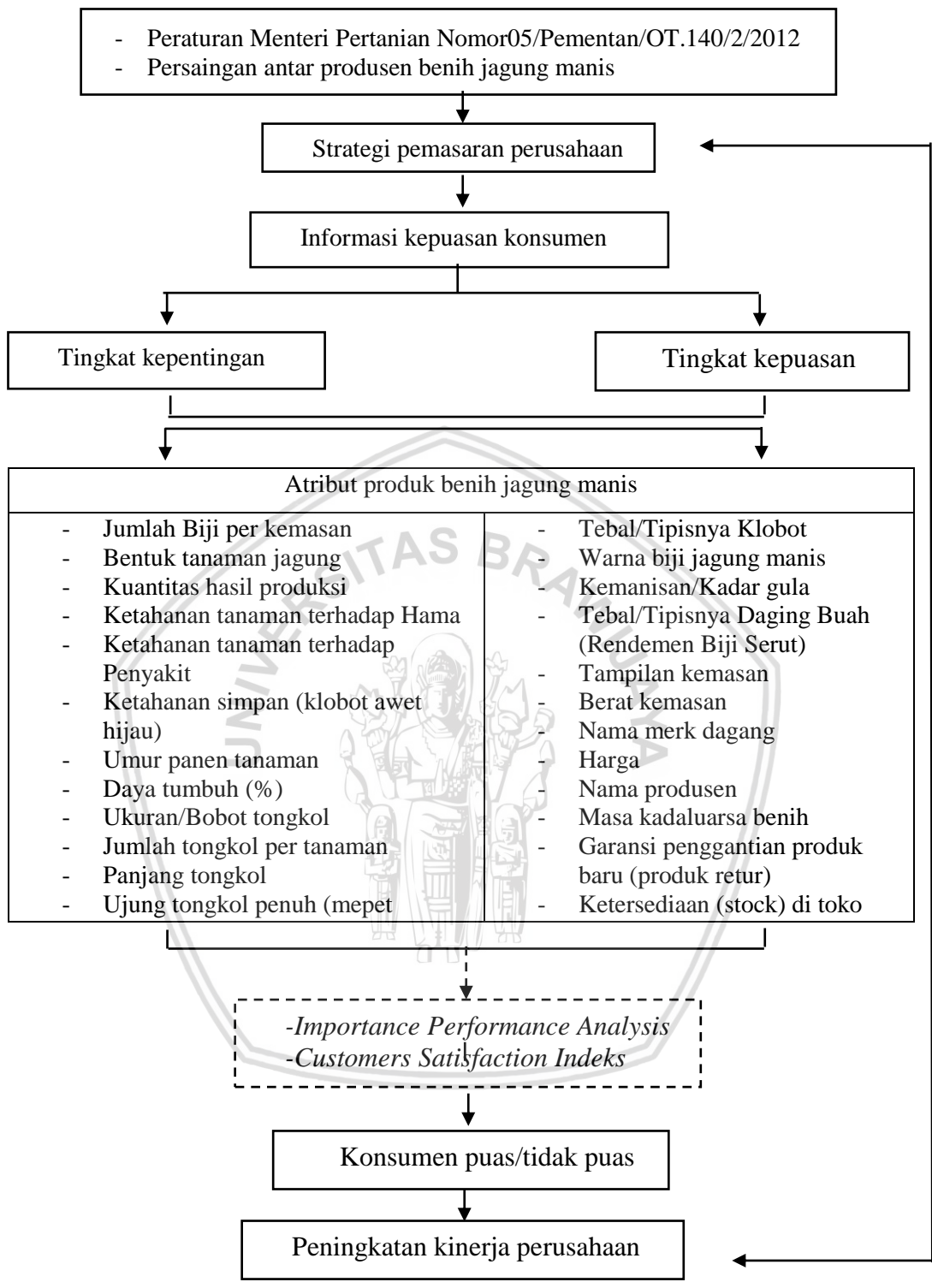
III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran

Produk benih jagung manis merupakan jenis komoditas yang memiliki potensi cukup besar untuk menjadi produk benih yang dibudidayakan untuk memenuhi target swasembada jagung Indonesia. Seiring dengan meningkatnya potensi benih jagung manis, banyak perusahaan benih jagung manis tertarik untuk bersaing memproduksi benih jagung manis seperti perusahaan PT Agri Makmur Pertiwi dan PT *East West Seed*, Bisi, Tunas, Seed, BCA, Surya Mentari, Oriental Seed, dan lain - lain . Hal tersebut mengakibatkan persaingan antar perusahaan dari segi mutu produk benih jagung manis.

Sebagian besar perusahaan benih jagung manis di Indonesia merupakan perusahaan milik asing. Benih parental yang diturunkan untuk pembuatan benih hibridanya masih diimpor. Menteri Pertanian mengeluarkan kebijakan bagi impor benih hibrida yaitu melalui Peraturan Menteri Pertanian Nomor 05/Pementan/OT.140/2/2012 yang membatasi masa edar satu jenis varietas (merek) benih induk impor hanya selama dua tahun. Setelah melewati jangka waktu dua waktu, maka perusahaan harus mengembangkan varietas baru. Kebijakan ini mengakibatkan banyak bermunculan produk benih jagung manis baru dari perusahaan yang sama tetapi berbeda nama merek. Menurut hasil survey pendahuluan, persepsi petani di Kecamatan Kayen Kidul terhadap produk benih jagung manis hanya tertuju pada nama perusahaan, bukan pada mereknya.

Perusahaan membutuhkan informasi terkait persepsi dan kepuasan petani terhadap atribut produk benih jagung manis. Informasi tersebut dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk mengembangkan produknya supaya tepat sasaran sehingga dapat memenangkan persaingan pasar. Persepsi dan kepuasan petani dapat diukur dengan menggunakan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customers Satisfaction Index*). Hasil analisis akan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk benih jagung manis. Permasalahan yang telah dijabarkan di atas, secara garis besar disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Ket:

———— = alur pemikiran

----- = alat analisis

3.2. Hipotesis

Berdasarkan hasil survey pendahuluan, mayoritas responden pernah membeli dan menggunakan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza. Oleh karena itu, kedua produk benih tersebut menjadi produk yang banyak beredar di pasar pertanian. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Petani mempunyai persepsi sangat penting dan sangat baik terhadap atribut benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza
2. Petani sebagai konsumen di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri merasa kurang puas dengan benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza karena jagung manis masih sering diserang oleh penyakit dan hama.

3.3. Batasan Masalah

Adapun batasan permasalahan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk jagung manis yang diteliti adalah produk jagung manis merk Talenta dan Bonanza. Hal ini didasarkan pada kondisi lapang bahwa produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza merupakan 2 merek yang banyak dijual di toko pertanian di Kecamatan Kayen Kidul dibandingkan merek lainnya seperti Mastersweet dan Jambore.
2. Responden pada penelitian ini dibatasi pada petani jagung manis di Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri yang pernah membeli dan menggunakan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Berikut penjelasan mengenai definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Kepuasan petani yaitu suatu perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan oleh petani setelah menggunakan produk benih jagung manis hibrida merek Talenta atau Bonanza didasarkan pada hasil dari kinerja produk.
2. Ketahanan tanaman terhadap hama yaitu kemampuan tanaman jagung manis dari benih Talenta dan Bonanza yang petani beli untuk tetap tumbuh dan berproduksi meskipun diserang oleh hama (belalang, tikus, ulat penggerek).

3. Bentuk tanaman jagung yaitu bentuk/wujud tanaman seragam dengan ciri-ciri tinggi tanaman sama rata/seragam, berbatang kekar, perakaran kokoh, berdaun lebat dan berwarna hijau segar, bunga jantan dan betina produktif.
4. Ketahanan tanaman terhadap penyakit yaitu kemampuan tanaman jagung manis dari benih Talenta dan Bonanza yang petani beli untuk tetap tumbuh dan berproduksi meskipun diserang oleh penyakit tanaman (hawar daun, bulai, layu).
5. Jumlah tongkol per tanaman yaitu banyaknya tongkol jagung manis yang dihasilkan dari satu batang utama tanaman jagung manis.
6. Panjang tongkol yaitu ukuran panjang tongkol jagung manis tanpa kelobot dari pangkal sampai ujung.
7. Ujung tongkol penuh (mepet) yaitu kondisi tongkol jagung dimana bulir jagung mengisi penuh sampai ujung tongkol.
8. Tebal/tipisnya klobot yaitu banyak sedikitnya lembaran klobot/kulit pembungkus setiap tongkol jagung.
9. Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut) yaitu tingkat ketebalan daging buah/bulir biji dibandingkan janggal dan klobotnya.
10. Ukuran/bobot tongkol yaitu bobot/berat wujud fisik tongkol jagung manis yang dihasilkan oleh tanaman jagung manis, biasanya dinyatakan dalam ukuran 1 kg terdapat berapa tongkol.
11. Kuantitas hasil produk yaitu kuantitas banyaknya hasil produksi jagung yang mampu dihasilkan pada saat panen dalam satuan ton/ha
12. Jumlah biji per kemasan yaitu banyaknya jumlah biji benih yang terdapat pada setiap satu kemasan benih jagung manis pada produk benih jagung manis Talenta dan Bonanza.
13. Umur panen tanaman yaitu kesesuaian kisaran panjang umur daur hidup tanaman jagung manis (sejak benih mulai ditanam hingga dapat dipanen) dengan keterangan perkiraan umur tanaman/umur panen pada kemasan.
14. Daya tumbuh (%) yaitu kesesuaian kisaran tingkat keberhasilan jumlah benih jagung manis untuk tumbuh di sawah petani dengan kisaran prosentase keberhasilan tumbuh yang tercantum pada kemasan benih.

15. Berat kemasan yaitu ukuran berat bersih setiap satu kemasan benih jagung manis yang dijual, yang cocok dengan kebutuhan petani jagung manis di Indonesia, biasanya dinyatakan dalam ukuran gram per kemasan.
16. Warna biji jagung manis yaitu warna kuning dari bulir daging buah jagung manis yang dihasilkan setelah klobot pembungkus dikelupas.
17. Masa kadaluarsa benih yaitu masa waktu yang diberlakukan hingga produk benih jagung manis tidak layak lagi dipergunakan.
18. Harga (kemasan 250 gram) yaitu nilai nominal uang (Rp) yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk benih jagung manis yang dijual di toko pertanian.
19. Kemanisan / kadar gula tingkat kemanisan dari bulir daging buah jagung manis saat dikunyah dan dirasakan indera pengecap.
20. Nama merk dagang yaitu nama merek benih jagung manis yang digunakan perusahaan produsen agar produk benih jagung manisnya dapat dikenal dan diingat oleh konsumen, sekaligus sebagai pembeda dengan produk lain.
21. Tampilan kemasan yaitu corak dan warna pada pembungkus produk benih jagung manis yang berfungsi sebagai pemberi identitas produk dan sekaligus sebagai pembeda dengan produk lain.
22. Ketahanan simpan (klobot awet hijau) yaitu ukuran lama waktu simpan hasil panen jagung manis benih Talenta dan Bonanza dilihat dari perubahan warna dan kesegaran klobot, dari mulai berwarna hijau muda hingga menjadi kuning serta kering dalam satuan hari.
23. Nama produsen yaitu nama produsen yang memproduksi benih jagung manis suatu merek tertentu yang tertera pada kemasan.
24. Garansi penggantian produk baru (produk retur) yaitu penggantian produk yang baru oleh perusahaan jika terdapat kerusakan (kemasan/masa kadaluarsa) pada produk benih jagung manis yang dibeli konsumen jika kerusakan diakibatkan oleh kelalaian pihak perusahaan di toko pertanian.
25. Ketersediaan (stock) di toko yaitu ada tidaknya ketersediaan benih jagung manis siap jual di toko pertanian (harus menunggu hingga waktu yang ditentukan) saat petani hendak membeli.

Penjelasan selanjutnya yaitu mengenai indikator pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.



Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Kinerja atribut	Ketahanan tanaman terhadap hama	1	Petani tidak mementingkan atribut ketahanan terhadap hama karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki gangguan (hama)	1	Tanaman tahan <30% terhadap serangan hama
		2	Petani kurang mementingkan atribut ketahanan terhadap hama karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki banyak gangguan (hama)	2	Tanaman tahan 30% - 50% terhadap serangan hama
		3	Petani cukup mementingkan atribut ketahanan terhadap hama karena kondisi lingkungan yang memiliki cukup banyak gangguan (hama)	3	Tanaman tahan 51% - 70% terhadap serangan hama
		4	Petani mementingkan atribut ketahanan terhadap hama karena kondisi lingkungan yang memiliki banyak gangguan (hama)	4	Tanaman tahan 71% - 90% terhadap serangan hama
		5	Petani sangat mementingkan atribut ketahanan terhadap hama karena kondisi lingkungan yang memiliki sangat banyak gangguan (hama)	5	Tanaman tahan >90% terhadap serangan hama
	Bentuk tanaman	1	Petani tidak mementingkan atribut bentuk tanaman karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki gangguan (angin)	1	Berbatang tidak kekar dan berdaun jarang, tinggi < 1,5 meter
		2	Petani kurang mementingkan atribut bentuk tanaman karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki banyak gangguan (angin)	2	Berbatang tidak kekar dan berdaun jarang, tinggi 1,5-1,7 meter
		3	Petani cukup mementingkan atribut bentuk tanaman karena kondisi lingkungan yang memiliki cukup banyak gangguan (angin)	3	Berbatang kekar dan berdaun jarang, tinggi 1,5-1,7 meter
		4	Petani mementingkan atribut bentuk tanaman karena kondisi lingkungan yang memiliki banyak gangguan (angin)	4	Berbatang kekar dan berdaun lebat Tinggi 1,5-1,7 meter
		5	Petani sangat mementingkan atribut bentuk tanaman karena kondisi lingkungan yang memiliki sangat banyak gangguan (angin)	5	Berbatang kekar dan berdaun lebat Tinggi >1,7 meter

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Kinerja atribut	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	1	Petani tidak mementingkan atribut ketahanan terhadap penyakit karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki gangguan (penyakit)	1	Tanaman tahan <30% terhadap serangan penyakit
		2	Petani kurang mementingkan atribut ketahanan terhadap penyakit karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki banyak gangguan (penyakit)	2	Tanaman tahan 30% - 50% terhadap serangan penyakit
		3	Petani cukup mementingkan atribut ketahanan terhadap penyakit karena kondisi lingkungan yang memiliki cukup banyak gangguan (penyakit)	3	Tanaman tahan 51% - 70% terhadap serangan penyakit
		4	Petani mementingkan atribut ketahanan terhadap penyakit karena kondisi lingkungan yang memiliki banyak gangguan (penyakit)	4	Tanaman tahan 71% - 90% terhadap serangan penyakit
		5	Petani sangat mementingkan atribut ketahanan terhadap penyakit karena kondisi lingkungan yang memiliki sangat banyak gangguan (penyakit)	5	Tanaman tahan >90% terhadap serangan penyakit
	Jumlah tongkol	1	Petani tidak mementingkan atribut jumlah tongkol karena tidak akan berpengaruh pada bobot tongkol utama	1	Tanaman berisi 1 tongkol medium
		2	Petani kurang mementingkan atribut jumlah tongkol karena akan sedikit berpengaruh pada bobot tongkol utama	2	Tanaman berisi 1 tongkol besar
		3	Petani cukup mementingkan atribut jumlah tongkol karena akan cukup berpengaruh pada bobot tongkol utama	3	Tanaman berisi 1 tongkol besar dan 1 tongkol kecil
		4	Petani mementingkan atribut jumlah tongkol karena akan berpengaruh pada bobot tongkol utama	4	Tanaman berisi 1 tongkol besar dan 1 tongkol sedang
		5	Petani sangat mementingkan atribut jumlah tongkol karena akan sangat berpengaruh pada bobot tongkol utama	5	Tanaman berisi 2 tongkol besar

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Kinerja atribut	Panjang tongkol	1	Petani tidak mementingkan atribut panjang tongkol karena tidak berpengaruh pada penjualan	1	Berkisar < 16 cm
		2	Petani kurang mementingkan atribut panjang tongkol karena kurang berpengaruh pada penjualan	2	Berkisar 16-17 cm
		3	Petani cukup mementingkan atribut panjang tongkol karena sedikit berpengaruh pada penjualan	3	Berkisar 18 - 19 cm
		4	Petani mementingkan atribut panjang tongkol karena berpengaruh pada penjualan	4	Berkisar 20 - 22 cm
		5	Petani sangat mementingkan atribut panjang tongkol karena sangat berpengaruh pada penjualan	5	Berkisar >22 cm
	Ujung tongkol penuh (mepet)	1	Petani tidak mementingkan atribut ujung tongkol penuh karena tidak berpengaruh pada penjualan	1	Ujung tongkol tidak penuh >6 cm
		2	Petani kurang mementingkan atribut ujung tongkol penuh karena kurang berpengaruh pada penjualan	2	Ujung tongkol tidak penuh 5 - 6 cm
		3	Petani cukup mementingkan atribut ujung tongkol penuh karena sedikit berpengaruh pada penjualan	3	Ujung tongkol tidak penuh 3 - 4 cm
		4	Petani mementingkan atribut ujung tongkol penuh karena berpengaruh pada penjualan	4	Ujung tongkol tidak penuh 1 - 2 cm
		5	Petani sangat mementingkan atribut ujung tongkol penuh karena sangat berpengaruh pada penjualan	5	Ujung tongkol tidak penuh <1 cm

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Kinerja atribut	Tebal klobot	1	Petani tidak mementingkan atribut tebal klobot karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahataninya	1	Tebal klobot >11 lapis
		2	Petani kurang mementingkan atribut tebal klobot karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahataninya	2	Tebal klobot 10 – 11 lapis
		3	Petani cukup mementingkan atribut tebal klobot karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahataninya	3	Tebal klobot 8 – 9 lapis
		4	Petani mementingkan atribut tebal klobot karena berpengaruh pada keuntungan usahataninya	4	Tebal klobot 6 – 7 lapis
		5	Petani sangat mementingkan atribut tebal klobot karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahataninya	5	Tebal klobot ≤5 lapis
	Tebal daging buah (Rendemen biji serut)	1	Petani tidak mementingkan atribut tebal daging buah karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahataninya	1	Daging buah tipis, janggél besar
		2	Petani kurang mementingkan atribut tebal daging buah karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahataninya	2	Daging buah tipis, janggél tipis
		3	Petani cukup mementingkan atribut tebal daging buah karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahataninya	3	Daging buah tebal, janggél besar
		4	Petani mementingkan atribut tebal daging buah karena berpengaruh pada keuntungan usahataninya	4	Daging buah tebal, janggél kecil, klobot tebal
		5	Petani sangat mementingkan atribut tebal daging buah karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahataninya	5	Daging buah tebal, janggél kecil, klobot tipis

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)				
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)			Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Hasil	Ukuran/bobot tongkol	1	Petani tidak mementingkan atribut ukuran/bobot tongkol karena tidak berpengaruh pada penjualan	1	Tanaman berisi 7 – 8 tongkol/kg	
		2	Petani kurang mementingkan atribut ukuran/bobot tongkol karena kurang berpengaruh pada penjualan	2	Tanaman berisi 6 – 7 tongkol/kg	
		3	Petani cukup mementingkan atribut ukuran/bobot tongkol karena sedikit berpengaruh pada penjualan	3	Tanaman berisi 5 – 6 tongkol/kg	
		4	Petani mementingkan atribut ukuran/bobot tongkol karena berpengaruh pada penjualan	4	Tanaman berisi 4 – 5 tongkol/kg	
		5	Petani sangat mementingkan atribut ukuran/bobot tongkol karena sangat berpengaruh pada penjualan	5	Tanaman berisi <4 tongkol/kg	
	Kuantitas hasil produksi	1	Petani tidak mementingkan atribut hasil produksi karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatannya	1	Memiliki berat 10-12 ton/ha	
		2	Petani kurang mementingkan atribut hasil produksi karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatannya	2	Memiliki berat 12-14 ton/ha	
		3	Petani cukup mementingkan atribut hasil produksi karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahatannya	3	Memiliki berat 14-16 ton/ha	
		4	Petani mementingkan atribut hasil produksi karena berpengaruh pada keuntungan usahatannya	4	Memiliki berat 16-18 ton/ha	
		5	Petani sangat mementingkan atribut hasil produksi karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatannya	5	Memiliki berat > 18 ton/ha	

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Kesesuaian dengan spesifikasi	Jumlah biji	1	Petani tidak mementingkan atribut jumlah biji karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahataninya	1	Dalam kemasan berisi 1.000-1200 biji
		2	Petani kurang mementingkan atribut jumlah biji karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahataninya	2	Dalam kemasan berisi 1.201-1400 biji
		3	Petani cukup mementingkan atribut jumlah biji karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahataninya	3	Dalam kemasan berisi 1.401-1600 biji
		4	Petani mementingkan atribut jumlah biji karena berpengaruh pada keuntungan usahataninya	4	Dalam kemasan berisi 1.601-1800 biji
		5	Petani sangat mementingkan atribut jumlah biji karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahataninya	5	Dalam kemasan berisi >1.800 biji
	Umur panen	1	Petani tidak mementingkan atribut umur panen karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahataninya	1	Berkisar >90 hari
		2	Petani kurang mementingkan atribut umur panen karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahataninya	2	Berkisar 86 - 90 hari
		3	Petani cukup mementingkan atribut umur panen karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahataninya	3	Berkisar 85 - 81 hari
		4	Petani mementingkan atribut umur panen karena berpengaruh pada keuntungan usahataninya	4	Berkisar 80 - 75 hari
		5	Petani sangat mementingkan atribut umur panen karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahataninya	5	Berkisar <75 Hari

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Kesesuaian dengan spesifikasi	Daya tumbuh	1	Petani tidak mementingkan atribut daya tumbuh karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani	1	Daya tumbuh tanaman < 70%
		2	Petani kurang mementingkan atribut daya tumbuh karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani	2	Daya tumbuh tanaman 71% - 76%
		3	Petani cukup mementingkan atribut daya tumbuh karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahatani	3	Daya tumbuh tanaman 75% - 80%
		4	Petani mementingkan atribut daya tumbuh karena berpengaruh pada keuntungan usahatani	4	Daya tumbuh tanaman 80% - 85%
		5	Petani sangat mementingkan atribut daya tumbuh karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	5	Daya tumbuh tanaman > 85%
	Berat kemasan	1	Petani tidak mementingkan atribut berat kemasan karena tidak berpengaruh pada kualitas benih.	1	<50 gram
		2	Petani kurang mementingkan atribut berat kemasan karena kurang berpengaruh pada kualitas benih	2	50 - 100 gram
		3	Petani cukup mementingkan atribut berat kemasan karena sedikit berpengaruh pada kualitas benih	3	101 - 150 gram
		4	Petani mementingkan atribut berat kemasan karena berpengaruh pada kualitas benih	4	151 - 200 gram
		5	Petani sangat mementingkan atribut berat kemasan karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	5	201 - 250 gram

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Karakteristik produk	Warna	1	Petani tidak mementingkan atribut warna biji karena tidak berpengaruh pada penjualan	1	Kuning pucat
		2	Petani kurang mementingkan atribut warna biji karena kurang berpengaruh pada penjualan	2	Kuning muda
		3	Petani cukup mementingkan atribut warna biji karena sedikit berpengaruh pada penjualan	3	Kuning
		4	Petani mementingkan atribut warna biji karena berpengaruh pada penjualan	4	Kuning tua
		5	Petani sangat mementingkan atribut warna biji karena sangat berpengaruh pada penjualan	5	Kuning oranye
Kesesuaian dengan spesifikasi	Masa kadaluarsa	1	Petani tidak mementingkan atribut masa kadaluarsa karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahataninya	1	Masa kadaluarsa benih <4 bulan setelah tanggal produksi
		2	Petani kurang mementingkan atribut masa kadaluarsa karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahataninya	2	Masa kadaluarsa benih 4-5 bulan setelah tanggal produksi
		3	Petani cukup mementingkan atribut masa kadaluarsa karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahataninya	3	Masa kadaluarsa benih 5-6 bulan setelah tanggal produksi
		4	Petani mementingkan atribut masa kadaluarsa karena berpengaruh pada keuntungan usahataninya	4	Masa kadaluarsa benih 6-7 bulan setelah tanggal produksi
		5	Petani sangat mementingkan atribut masa kadaluarsa karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahataninya	5	Masa kadaluarsa benih >7 bulan setelah tanggal produksi

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Keandalan produk	Harga	1	Petani tidak mementingkan atribut harga karena tidak berpengaruh pada kualitas benih.	1	> Rp 115.000
		2	Petani kurang mementingkan atribut harga karena kurang berpengaruh pada kualitas benih	2	Rp 101.000 – Rp 115.000
		3	Petani cukup mementingkan atribut harga karena sedikit berpengaruh pada kualitas benih	3	Rp 86.000 – Rp 100.000
		4	Petani mementingkan atribut harga karena berpengaruh pada kualitas benih	4	Rp 70.000 – Rp 85.000
		5	Petani sangat mementingkan atribut harga karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	5	<Rp 70.000
	Kemanisan/kadar gula	1	Petani tidak mementingkan atribut kadar gula karena tidak berpengaruh pada penjualan	1	Rasa tidak manis
		2	Petani kurang mementingkan atribut kadar gula karena kurang berpengaruh pada penjualan	2	Rasa tidak terlalu manis
		3	Petani cukup mementingkan atribut kadar gula karena sedikit berpengaruh pada penjualan	3	Rasa agak manis
		4	Petani mementingkan atribut kadar gula karena berpengaruh pada penjualan	4	Rasa manis
		5	Petani sangat mementingkan atribut kadar gula karena sangat berpengaruh pada penjualan	5	Rasa sangat manis

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Keandalan produk	Nama merek dagang	1	Petani tidak mementingkan atribut merek dagang karena tidak berpengaruh pada kualitas benih.	1	Petani fanatik terhadap 1 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain
		2	Petani kurang mementingkan atribut merek dagang karena kurang berpengaruh pada kualitas benih	2	Petani fanatik terhadap 2 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain
		3	Petani cukup mementingkan atribut merek dagang karena sedikit berpengaruh pada kualitas benih	3	Petani fanatik terhadap 3 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain
		4	Petani mementingkan atribut merek dagang karena berpengaruh pada kualitas benih	4	Petani fanatik terhadap >3 merek dagang tanpa mau mempertimbangkan merek lain
		5	Petani sangat mementingkan atribut merek dagang karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	5	Petani tidak fanatik terhadap merek dagang dan mau mempertimbangkan berbagai merek dagang lain
Karakteristik produk	Tampilan kemasan	1	Petani tidak mementingkan atribut tampilan kemasan karena tidak berpengaruh pada kualitas benih.	1	Tidak informatif, desain buruk, dan konten berlebihan
		2	Petani kurang mementingkan atribut tampilan kemasan karena kurang berpengaruh pada kualitas benih	2	Tidak informatif, desain buruk, dan konten proporsional
		3	Petani cukup mementingkan atribut tampilan kemasan karena sedikit berpengaruh pada kualitas benih	3	Sedikit informatif, desain buruk, dan konten proporsional
		4	Petani mementingkan atribut tampilan kemasan karena berpengaruh pada kualitas benih	4	Informatif, desain sederhana, dan konten proporsional
		5	Petani sangat mementingkan atribut tampilan kemasan karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	5	Sangat informatif, desain menarik, dan konten proporsional

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Ketahanan umur ekonomis	Ketahanan simpan	1	Petani tidak mementingkan atribut ketahanan simpan karena proses penjualan dilakukan langsung setelah panen.	1	Klobot bertahan 2 hari setelah panen
		2	Petani kurang mementingkan atribut ketahanan simpan karena proses penjualan dilakukan 1 hari setelah panen.	2	Klobot bertahan 3 hari setelah panen
		3	Petani cukup mementingkan atribut ketahanan simpan karena proses penjualan dilakukan 2 hari setelah panen	3	Klobot bertahan 4 hari setelah panen
		4	Petani mementingkan atribut ketahanan simpan karena proses penjualan dilakukan 3 hari setelah panen	4	Klobot bertahan 5 hari setelah panen
		5	Petani sangat mementingkan atribut ketahanan simpan karena proses penjualan dilakukan 4 hari setelah panen	1	Klobot bertahan >5 hari setelah panen
Pelayanan	Nama produsen	1	Petani tidak mementingkan atribut nama produsen karena tidak berpengaruh pada kualitas benih.	1	Nama produsen tidak pernah terdengar oleh petani
		2	Petani kurang mementingkan atribut nama produsen karena kurang berpengaruh pada kualitas benih	2	Nama produsen jarang sekali terdengar oleh petani
		3	Petani cukup mementingkan atribut nama produsen karena sedikit berpengaruh pada kualitas benih	3	Nama produsen sering kali terdengar oleh petani
		4	Petani mementingkan atribut nama produsen karena berpengaruh pada kualitas benih	4	Nama produsen sudah dikenal oleh petani
		5	Petani sangat mementingkan atribut nama produsen karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	5	Nama produsen sangat dikenal oleh petani

Lanjutan Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

Dimensi	Atribut	Parameter Pengukuran (Skala Likert)			
		Pengukuran Tingkat Kepentingan (IPA)		Pengukuran Tingkat Kinerja (CSI)	
Pelayanan	Garansi penggantian produk (produk retur)	1	Petani tidak mementingkan atribut retur produk karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahataninya	1	Retur produk dilayani setelah tanggal kadaluarsa
		2	Petani kurang mementingkan atribut retur produk karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahataninya	2	Retur produk dilayani 1-2 minggu sebelum kadaluarsa
		3	Petani cukup mementingkan atribut retur produk karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahataninya	3	Retur produk dilayani 3-4 minggu sebelum kadaluarsa
		4	Petani mementingkan atribut retur produk karena berpengaruh pada keuntungan usahataninya	4	Retur produk dilayani 5-6 minggu sebelum kadaluarsa
		5	Petani sangat mementingkan atribut retur produk karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahataninya	5	Retur produk dilayani >6 minggu sebelum kadaluarsa
	Ketersediaan (<i>stock</i>) di toko	1	Petani tidak mementingkan ketersediaan di toko karena petani tidak pernah membeli benih langsung di toko	1	Benih sangat sulit untuk dicari dan dibeli
		2	Petani kurang mementingkan ketersediaan di toko karena petani sangat jarang membeli benih langsung di toko	2	Benih sulit untuk dicari dan dibeli
		3	Petani cukup mementingkan ketersediaan di toko karena petani jarang membeli benih langsung di toko	3	Benih cukup sulit untuk dicari dan dibeli
		4	Petani mementingkan ketersediaan di toko karena petani sering membeli benih langsung di toko	4	Benih tidak sulit untuk dicari dan dibeli
		5	Petani sangat mementingkan ketersediaan di toko karena petani selalu membeli benih langsung di toko	5	Benih sangat mudah untuk dicari dan dibeli



IV. METODE PENELITIAN

4.1. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2011), penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Selain itu, karakteristik responden berdasarkan beberapa aspek juga disajikan dalam bentuk angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Azwar, 2007) yang mengemukakan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data - data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistika.

4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ini ditentukan secara *purposive*, yaitu berdasarkan pertimbangan – pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Singarimbun dan Efendi, 1995). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November sampai Desember 2017 di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri yaitu pada 5 desa, yaitu Desa Kayen Kidul, Desa Padangan, Desa Sekaran, Desa Jambu, dan Desa Sambirobyong. Tempat penelitian dipilih karena beberapa alasan yaitu :

1. Daerah penelitian termasuk tempat dengan jumlah pemasaran benih jagung manis cukup tinggi.
2. Mayoritas petani di lima desa tersebut menanam komoditas jagung manis.

4.3. Teknik Penentuan Sampel (*Sampling Design*)

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010), teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu petani di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri yang pernah membeli dan menggunakan benih jagung manis merk Talenta dan Bonanza. Menurut pendekatan Malhotra (1996) dalam Asnawi & Masyhuri (2011), bahwa syarat yang diambil untuk penelitian memiliki kriteria tertentu, minimal 4-5 kali jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian. Setelah diuji dengan menggunakan cohran q test terdapat 11 atribut, sehingga ditetapkan responden

sebanyak 44 (4 x 11) dengan pertimbangan bahwa jumlah responden sudah memenuhi kriteria jumlah minimal responden penelitian yaitu sebanyak 30 responden.

4.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berdasarkan derajat sumbernya menggunakan 2 jenis data yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Umar, 2003 dalam Listiawati, 2010). Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil wawancara dan hasil angket. Angket berisikan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan profil responden dan atribut yang diuji dan dibagikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari referensi, laporan, literatur maupun data atau ringkasan yang diperoleh dari pihak – pihak atau instansi yang berkaitan. Data sekunder digunakan untuk melengkapi kebutuhan data yang ada.

4.5. Uji Instrumen

Uji instrumen Cochran Q Test merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dipertimbangkan atau dianggap sah (valid) oleh konsumen sebelum konsumen melakukan pembelian atau mengkonsumsi suatu produk. Dimana peneliti akan mengeluarkan atribut-atribut yang dinilai tidak sah berdasarkan kriteria-kriteria statistik yang dipakai (Simamora, 2002). berkaitan dengan penelitian ini yakni tentang analisis kepuasan konsumen benih jagung manis, maka yang dicari adalah sejumlah atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membeli dan mengkonsumsi benih jagung manis berdasarkan berbagai atribut yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelumnya.

Dalam metode ini, responden diberikan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang pilihan jawabannya terdiri atas Ya dan Tidak terhadap daftar 24 atribut yaitu

jumlah biji per kemasan, bentuk tanaman jagung, kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, daya tumbuh, ukuran/bobot tongkol, jumlah tongkol per tanaman, panjang tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), tebal/tipisnya klobot, warna biji jagung manis, kemanisan/kadar gula, tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut), tampilan kemasan, berat kemasan, nama merk dagang, harga, nama produsen, masa kadaluarsa benih, garansi penggantian produk baru (produk retur), ketersediaan (stock) di toko. Atribut – atribut tersebut sudah diidentifikasi, sedangkan untuk rumusan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Ho : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban Ya yang sama.

Ha : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban Ya yang berbeda.

Dengan demikian, bila:

1. $Q \text{ hitung} > \text{dari } Q \text{ tabel}$ maka tolak h_0 dan terima H_a

Jika tolak H_0 berarti proporsi jawaban Ya masih berbeda pada semua atribut.

Artinya belum ada kesepakatan di antara responden tentang atribut tersebut.

2. $Q \text{ hitung} < \text{dari } Q \text{ tabel}$ maka terima h_0 dan tolak H_a

Jika terima H_0 berarti proporsi jawaban ya sudah sama pada atribut. Artinya sudah ada kesepakatan antara responden tentang atribut tersebut.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai Q hitung dengan nilai Q tabel atau Chi square tabel. Derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari χ^2 tabel adalah $df = \text{jumlah atribut} - 1$, dengan taraf signifikansi atau $\alpha = 10\%$. Taraf signifikan atau $\alpha = 10\%$ berarti hasil dari analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan koefisien keyakinan atau kepercayaan sebesar 90% .

Dimana rumus Q hitung adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_i^k C_i^2 - \left(\sum_i^k C_i \right)^2 \right]}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2}$$

Keterangan:

Q = Q hitung

k = Jumlah atribut yang diuji

R_i = Jumlah Ya pada semua atribut untuk 1 responden

C_i = Jumlah Ya pada 1 atribut untuk semua responden

N = Jumlah sampel yang diuji

Dari hasil tersebut akan diperoleh Q hitung yang akan dibandingkan dengan Q tabel. Jika hasil analisis belum dapat memenuhi hipotesis maka harus dilakukan pengujian ulang. Pengujian ini dilakukan dengan cara menghapus satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terkecil, setelah itu dilakukan dengan pengujian cochrans Q Test. Pengujian ini dilakukan sampai dipenuhi hipotesis dimana semua atribut sudah disepakati sebagai atribut yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian.

4.6. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data disusun dalam bentuk tabulasi dan diuraikan secara deskriptif. Data primer yang telah diperoleh melalui wawancara yang telah dipersiapkan, kemudian dianalisis untuk melihat karakteristik responden sehingga dapat mengetahui kinerja dari suatu produk benih jagung manis. Analisis yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis*, digunakan untuk memetakan hubungan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja dari masing – masing atribut yang ditawarkan. Analisis selanjutnya yaitu *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan atribut – atribut produk. Berikut ini penjelasan mengenai analisis – analisis yang akan digunakan sesuai dengan uraian diatas.

4.6.1. Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Pengukuran setiap atribut dalam tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menggunakan skala lima peringkat (Skala Likert). Menurut Simamora (2004), Skala Likert merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Nazir (1999) menyebutkan bahwa Skala Likert menggunakan data ordinal sehingga skala ini hanya dapat membuat rangking atau jenjang tetapi tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya di dalam skala. Pilihan berjenjang pada Skala Likert dimulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi atau bisa juga sebaliknya asalkan konsisten. Pilihan yang berjenjang ini menyebabkan setiap jawaban dapat diberi bobot sesuai dengan intensitasnya.

Tahapan dalam metode *Importance Performance Analysis* mengikuti saran yang diajukan oleh Supranto (2001). Pertama, menghitung rata – rata (\bar{X}_i) dan kepentingan (\bar{Y}_i) dari seluruh pelanggan. Rata – rata kinerja dan kepentingan dari seluruh pelanggan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

- \bar{X} = Skor rata-rata dari variabel tingkat kinerja dari benih jagung manis
- \bar{Y} = Skor rata-rata dari variabel tingkat kepentingan petani yang menggunakan benih jagung manis
- N = Jumlah responden petani yang menggunakan benih jagung manis
- I = Variabel ke-I (I = 1,2,3,...,n)

Kedua, menghitung Tingkat Kesesuaian (TKi) antara tingkat kinerja dan kepentingan atau harapan. Tki dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TKi = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

- Tki = Tingkat kesesuaian petani yang menggunakan benih jagung manis
- Xi = Skor penilaian variabel dari penentu kepuasan produk benih jagung manis
- Yi = Skor penilaian variabel dari kepentingan petani yang menggunakan benih jagung manis
- i = Variabel ke-I (I = 1,2,3,...,n)

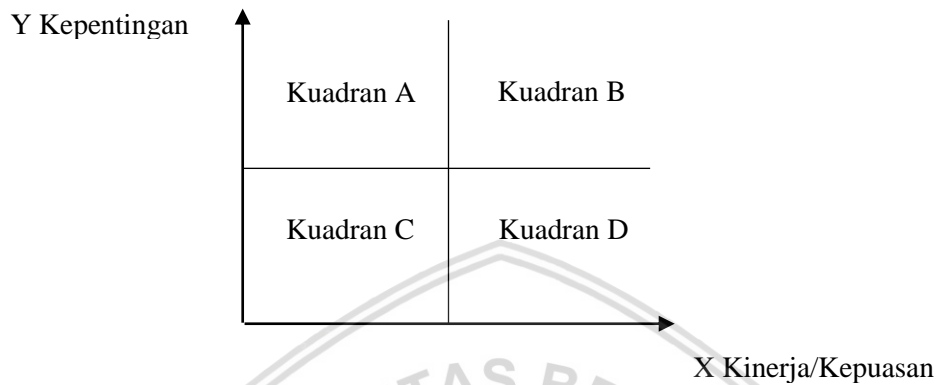
Ketiga, menghitung rata - rata kinerja $\bar{\bar{X}}$ dan kepentingan $\bar{\bar{Y}}$ dari seluruh atribut. Rata – rata kinerja dan kepentingan seluruh atribut dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}}{K} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}}{K}$$

Dimana:

- $\bar{\bar{X}}$ = Skor rata-rata dari rata-rata variabel tingkat pelaksanaan/kinerja (kepuasan) seluruh dimensi penentu kepuasan produk benih jagung manis
- $\bar{\bar{Y}}$ = Skor rata-rata dari rata-rata variabel tingkat kepentingan seluruh variabel dari dimensi penentu kepuasan produk benih jagung manis
- K = Banyaknya variabel dari dimensi penentu kepuasan produk yang dapat mempengaruhi kepuasan petani dalam mengkonsumsi benih jagung manis
- I = Variabel ke-I (I = 1,2,3,...,n)

Nilai \bar{X} dan \bar{Y} digunakan sebagai pasangan koordinat titik atribut yang memposisikan suatu atribut terletak dimana pada diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y).



Gambar 3. Diagram kartesius (Supranto, 2011)

Keterangan:

- A = Kuadran A, menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan pelanggan (pelanggan tidak puas).
- B = Kuadran B, menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, hal itu wajib dipertahankan, dianggap atribut itu sangat penting dan sangat memuaskan bagi pelanggan.
- C = Kuadran C, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, dan pelaksanaan oleh perusahaan juga biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D = Kuadran D, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan.

Berdasarkan gambar diagram kartesius dapat dilihat tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan (kepentingan) yaitu jika nilai $Y \geq \bar{Y}$ dan nilai $X \geq \bar{X}$, maka atribut tersebut dianggap sudah sesuai antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingannya, artinya perusahaan telah memberikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.

4.6.2. Metode CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Menurut Startford (2004), metode pengukuran (CSI) meliputi tahap-tahap:

1. Menghitung *Importance Weighting Factors* (faktor kepentingan terbobot), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
2. Menghitung *Weighted Score* (skor terbobot), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weighted Total* (total terbobot), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.
4. Menghitung *Satisfaction Index* (indeks kepuasan), yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5) kemudian dikalikan 100%.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005). Pertama, menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan MSS (*Mean Satisfaction Score*). Nilai MIS berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen, sedangkan nilai MSS berasal dari rata-rata kinerja produk.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

Y_i = Nilai kepentingan atribut benih jagung manis ke- i

X_i = Nilai kinerja atribut benih jagung manis ke- i

i = (atribut 1, atribut 2, atribut 3, atribut 24)

n = Jumlah responden

Kedua, membuat Weight Factors (WF). Bobot merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Rumus mencari nilai WF :

$$WFI = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

i = (atribut 1, atribut 2, atribut 3, atribut 24)

p = Jumlah atribut benih jagung manis.

Ketiga, membuat *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (Xi) ($MSS = \text{Mean Satisfaction Score}$)

$$WS_i = WFi \times MS_i$$

Langkah terakhir yaitu menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

HS = Skala maksimum yang digunakan (*High Scale*) yaitu 5

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50 persen dapat dikatakan bahwa kobsumen sudah merasa puas dan sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50 persen petani belum dikatakan puas. Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100%. Rentang kepuasan berkisar dari 0 - 100%. Menurut Simamora (2004), untuk membuat skala linear numeric, petama-tama kita cari rentang skala (RS) dengan mengurangi persentase tertinggi dan persentase terendah lalu dibagi 5 (skala likert). Dengan demikian, kriteria kepuasannya adalah:

- | | |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------|
| (a) $0\% \leq CSI \leq 20\%$ (tidak puas) | (d) $61\% \leq CSI \leq 80\%$ (puas), dan |
| (b) $21\% \leq CSI \leq 40\%$ (kurang puas) | (e) $81\% \leq CSI \leq 100\%$ (sangat puas) |
| (c) $41\% \leq CSI \leq 60\%$ (cukup puas) | |

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Gambaran umum daerah penelitian adalah keadaan umum dan potensi lokasi penelitian yang meliputi karakteristik lokasi serta keadaan penduduk di daerah penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Berikut disajikan secara detail gambaran umum daerah penelitian.

1.1.1. Karakteristik Kecamatan Kayen Kidul

Kecamatan Kayen Kidul terdiri dari 12 Desa/Kelurahan yang memiliki karakteristik yang berbeda – beda. Karakteristik ini berupa luas wilayah, iklim, jumlah penduduk, luas lahan, agama/kepercayaan, sumber penghasilan utama penduduk dan sumber penerimaan desa/kelurahan di Kecamatan Kayen Kidul.

1. Luas Wilayah Kecamatan Kayen Kidul

Kecamatan Kayen Kidul memiliki luas wilayah sebesar 35,77 km². Terdapat 5 Desa/Kelurahan yang memiliki luas wilayah terbesar, diantaranya Padangan, Sukoharjo, Mukuh, Jambu dan Bangsongan. Desa Jambu, Padangan dan Sukoharjo merupakan desa dengan petani yang banyak menanam komoditas jagung manis. Berikut disajikan data mengenai luas Desa/Kelurahan di Kecamatan Kayen Kidul dan jarak tempuh ke Ibukota Kecamatan.

Tabel 2. Luas Desa/ Kelurahan di Kecamatan Kayenkidul dan jarak tempuh ke Ibukota Kecamatan, 2016

No	Desa/Kelurahan	Luas (km ²)	Presentase terhadap Luas Kecamatan (%)	Jarak (km) ke Ibukota Kecamatan
1.	Baye	2,32	4,48	6,00
2.	Bangsongan	3,60	10,07	6,00
3.	Senden	3,08	8,62	4,00
4.	Sambirobyong	2,17	6,07	4,00
5.	Mukuh	4,04	11,31	3,00
6.	Sukoharjo	4,31	12,05	5,00
7.	Jambu	3,73	10,42	8,00
8.	Sekaran	2,02	5,65	6,00
9.	Padangan	4,88	13,64	3,00
10.	Kayen kidul	2,21	6,16	1,00
11.	Nanggungan	2,57	7,19	2,00
12.	Semambung	0,84	2,34	1,00
Jumlah		35,77	100	

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, 2017

2. Jumlah Penduduk di Kecamatan Kayen Kidul

Jumlah penduduk di Kecamatan Kayen Kidul lebih didominasi oleh perempuan dengan usia 40 – 44 tahun. Sedangkan untuk laki – laki lebih didominasi dengan usia 40 – 44 tahun untuk ukuran laki – laki yang dianggap sudah mapan. Hal ini sesuai pada saat penelitian bahwa pada usia responden yang ditemui memiliki rentang usia antara 40 – 44 tahun untuk jenis kelamin laki - laki dan perempuan. Kemudian, jumlah penduduk paling rendah pada kelompok usia 70 – 74 tahun dengan jumlah total 1124 jiwa. Namun, data tersebut masih data secara umum, belum termasuk profesi penduduk dan penduduk yang pernah membeli dan menggunakan produk benih jagung manis merek Talenta dan Merek Bonanza. Berikut adalah data jumlah penduduk di Kecamatan Kayen Kidul.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Kecamatan Kayenkidul Hasil Sensus Penduduk 2010 Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.

No	Kelompok Umur	Laki - Laki	Perempuan	Jumlah
1.	0 – 4	1844	1706	3550
2.	5 – 9	1842	1736	3578
3.	10 – 14	1810	1750	3560
4.	15 – 19	1639	1454	3093
5.	20 – 24	1228	1327	2555
6.	25 – 29	1568	1658	3226
7.	30 – 34	1549	1507	3056
8.	35 – 39	1761	1728	3489
9.	40 – 44	1787	1911	3698
10.	45 – 49	1585	1663	3248
11.	50 – 54	1320	1331	2651
12.	55 – 59	1024	1035	2059
13.	60 – 64	801	900	1701
14.	65 – 69	690	753	1443
15.	70 - 74	513	611	1124
16.	75 +	567	824	1391
Jumlah		21.528	21.894	43.422

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, 2017.

3. Jumlah SD/MI, SMP/Mts, dan SMA/MA di Kecamatan Kayen Kidul

Jumlah sarana Pendidikan di Kecamatan Kayen Kidul lebih didominasi pada tingkat SD/MI. SD/MI terbanyak terletak di desa Padangan dan Jambu sejumlah 3 sekolah. Pada tingkat pendidikan SMP/Mts hanya terdapat 2 sarana pendidikan yaitu Hal ini terbukti dari data yang diperoleh bahwa mayoritas pendidikan terakhir petani adalah SD/MI.

Tabel 4. Jumlah SD/MI, SMP/Mts, dan SMA/MA di Kecamatan Kayen Kidul Menurut Desa/Kelurahan, 2016.

No	Desa/Kelurahan	SD/MI	SMP/Mts	SMA/MA
1.	Baye	1	-	-
2.	Bangsongan	2	-	-
3.	Senden	2	-	-
4.	Sambirobyong	2	-	-
5.	Mukuh	2	-	-
6.	Sukoharjo	1	1	-
7.	Jambu	3	1	-
8.	Sekaran	2	-	-
9.	Padangan	3	-	-
10.	Kayen kidul	1	-	-
11.	Nanggungan	1	-	-
12.	Semambung	1	-	-
Jumlah		23	2	0

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, 2017.

4. Luas Lahan Desa/Kelurahan di Kecamatan Kayen Kidul

Luas lahan Desa/Kelurahan di Kecamatan Kayen Kidul pada jenis lahan sawah irigasi lebih didominasi oleh desa/kelurahan padangan sebesar 313,942 hektar. Sedangkan luas lahan jenis lahan sawah irigasi terendah terletak di Semambung dengan luasan 48,666 hektar. Pada jenis lahan pertanian non sawah yang memiliki luasan terbesar terletak pada desa/kelurahan sukoharjo yaitu sebesar 141,345 hektar. Sedangkan luas lahan pertanian non sawah terendah terdapat pada desa/kelurahan bangsongan dan nanggungan dengan luasan sebesar 6,425 hektar. Berikut disajikan tabel mengenai luas lahan di Kecamatan Kayen Kidul menurut jenis penggunaannya.

Tabel 5. Luas Lahan Desa/Kelurahan di Kecamatan Kayenkidul Menurut Jenis Penggunaannya, 2016 (Ha).

No	Desa/Kelurahan	Lahan Sawah Irigasi	Lahan Sawah Non Irigasi	Lahan Pertanian Sawah
1.	Baye	152,677	-	152,677
2.	Bangsongan	257,642	-	257,642
3.	Senden	231,878	-	231,878
4.	Sambirobyong	152,677	-	152,677
5.	Mukuh	268,139	-	268,139
6.	Sukoharjo	155,539	-	155,539
7.	Jambu	244,283	-	244,283
8.	Sekaran	144,089	-	144,089
9.	Padangan	313,942	-	313,942
10.	Kayen kidul	174,624	-	174,624
11.	Nanggungan	190,846	-	190,846
12.	Semambung	48,666	-	48,666
Jumlah		2.335,0	-	2.335,0

Lanjutan tabel 5. Luas Lahan Desa/ Kelurahan di Kecamatan Kayenkidul Menurut Jenis Penggunaannya, 2016 (Ha).

No	Desa/Kelurahan	Lahan Pertanian Non Sawah	Lahan Non Pertanian	Luas Lahan
1.	Baye	-	79,090	231,767
2.	Bangsongan	6,425	96,109	360,176
3.	Senden	11,243	65,074	308,195
4.	Sambirobyong	14,456	50,057	217,189
5.	Mukuh	109,221	27,031	404,391
6.	Sukoharjo	141,345	134,153	431,037
7.	Jambu	19,274	109,124	372,681
8.	Sekaran	-	58,066	202,155
9.	Padangan	26,912	145,165	488,018
10.	Kayen kidul	12,850	33,038	220,511
11.	Nanggungan	6,425	60,068	257,339
12.	Semambung	12,850	22,025	83,540
Jumlah		363,0	879,0	3.577,0

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, 2017

5. Sumber Penghasilan Utama Penduduk di Kecamatan Kayen Kidul.

Sumber penghasilan utama penduduk di Kecamatan Kayen Kidul kebanyakan berasal dari pertanian padi. Terbukti pada saat penelitian kebanyakan petani yang ditemui tidak selalu menanam jagung manis. Namun ada petani yang menjadikan tanaman hortikultura sebagai penghasilan utama mereka yaitu petani yang terletak di desa/ kelurahan Sambirobyong, Sukoharjo, dan Kayen Kidul. Jenis tanaman hortikultura tersebut diantaranya jagung manis, cabai, dan kacang – kacangan. Berikut adalah data sumber penghasilan utama penduduk di Kecamatan Kayen Kidul.

Tabel 6. Sumber Penghasilan Utama sebagian besar Penduduk di Kecamatan Kayen Kidul, 2016

No	Desa/Kelurahan	Sumber Penghasilan Utama
1.	Baye	Pertanian Padi
2.	Bangsongan	Pertanian Padi
3.	Senden	Pertanian Padi
4.	Sambirobyong	Pertanian Hortikultura
5.	Mukuh	Pertanian Padi
6.	Sukoharjo	Pertanian Hortikultura
7.	Jambu	Pertanian Padi
8.	Sekaran	Pertanian Padi
9.	Padangan	Pertanian Padi
10.	Kayen kidul	Pertanian Hortikultura
11.	Nanggungan	Pertanian Padi
12.	Semambung	Pertanian Padi

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, 2017.

Kesimpulan yang dapat diambil dari 6 tabel di atas adalah kondisi Desa/Kelurahan di Kecamatan Kayen kidul sangat beragam. Sebagian besar penghasilan utama penduduk di Kecamatan Kayen Kidul adalah dari pertanian padi. Namun untuk sarana pendidikan di daerah tersebut masih dikatakan terbelakang. Hanya terdapat 2 sekolah SMP dan tidak ada sekolah SMA. Diharapkan untuk pemerintah segera mengambil tindakan untuk lebih memperhatikan sarana pendidikan di wilayah Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri.

1.2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, terdapat 44 responden dengan karakteristik berbeda - beda. Responden dalam penelitian ini merupakan petani sebagai konsumen dari produk benih jagung manis dengan merek Talenta dan Bonanza, artinya bahwa responden adalah petani yang pernah membeli dan menggunakan produk tersebut. Responden adalah penduduk yang tinggal di wilayah Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Data yang ingin diidentifikasi mengenai karakteristik responden, meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kepemilikan luas lahan, dan tingkat penghasilan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2

1.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pada petani sebagai konsumen produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran dari laki-laki dan perempuan dalam pengambilan keputusan pembelian dan penggunaan produk benih jagung manis untuk kebutuhan usaha taninya.

Tabel 7. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Laki – laki	33	75
2.	Perempuan	11	25
Jumlah		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat bahwa dari 44 responden, pekerjaan petani tidak hanya dilakukan oleh laki – laki, namun perempuan juga turut ambil bagian melakukan pekerjaan petani. Selain itu, pengambilan keputusan mengenai sarana

produksi tidak hanya dilakukan oleh laki – laki, namun perempuan juga mampu melakukannya. Hal tersebut sesuai dengan hasil responden yang ditemui, responden laki-laki yang membeli benih jagung manis Merek Talenta dan Bonanza sebesar 75% dan responden perempuan sebesar 25%.

1.2.2. Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia pada petani sebagai konsumen produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza bertujuan untuk mengetahui kelompok usia berapa yang paling banyak dalam melakukan pembelian dan penggunaan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza.

Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Usia Dalam Pembelian dan Penggunaan Benih Jagung Manis Merek Talenta dan Bonanza.

No	Pengelompokan Usia	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	< 39 tahun	8	18,2
2.	40 – 45 tahun	8	18,2
3.	46 – 50 tahun	6	13,6
4.	51 – 60 tahun	12	27,3
5.	> 61 tahun	10	22,7
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa pembelian dan penggunaan produk benih jagung manis didominasi oleh responden dengan usia antara 51 – 60 tahun sebesar 27,3%. Tingkat usia tersebut merupakan tingkat usia terbanyak karena termasuk usia produktif dimana seorang petani dikatakan sudah sangat berpengalaman dalam pengambilan keputusan pembelian produk benih jagung manis yang beredar di toko pertanian. Responden usia > 61 tahun atau lansia sebesar 22,7%, masih memiliki kemauan untuk berusaha. Meskipun bukan merupakan usia produktif, petani dengan usia tersebut terkadang juga ikut menanam benih jagung manis di lahannya dan dibantu oleh putranya.

1.2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendidikan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari tingkat pendidikan tersebut terhadap pembelian dan penggunaan produk benih jagung manis. Tingkat pendidikan responden dibedakan berdasarkan pendidikan terakhir yang telah ditempuh responden.

Tabel 9. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	SD	26	59,1
2.	SMP	1	2,3
3.	SMA/SMK	14	31,8
4.	DIPLOMA	0	0
5.	S1	3	6,8
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 9, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan konsumen yang pernah menggunakan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza mayoritas berpendidikan yaitu SD. Hal ini berhubungan dengan data yang diperoleh yaitu jumlah sarana pendidikan di Kecamatan Kayen Kidul yang hanya terdapat 2 sekolah SMP dan tidak ada sekolah untuk jenjang SMA/MA. Menurut Astuti (2004), pendidikan dapat meningkatkan komunikasi seseorang, keluasan pandangan dan memungkinkan perubahan gaya hidup seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dan pandangan yang luas untuk mendapatkan informasi tentang benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza sehingga melakukan pembelian benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza.

1.2.4. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri bahwa setiap responden memiliki luas lahan yang berbeda-beda. Pengelompokan responden berdasarkan kepemilikan luas lahan ini bertujuan untuk menyederhanakan perbedaan luas lahan. Luas lahan yang dimiliki petani sebagai konsumen kemungkinan akan mempengaruhi daya/kuantitas benih jagung manis yang dibeli.

Tabel 10. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	< 0,5	41	93,2
2.	0,5 – 1	2	4,5
3.	> 1	1	2,3
Jumlah		44	100

Sumber: Analaisis Data Primer, 2018.

Berdasarkan tabel 10, dapat diambil kesimpulan bahwa hampir 95 % responden memiliki luas lahan < 0,5 hektar. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden bahwa luas lahan yang dimiliki berkisar antara 0,14 – 0,49 hektar. Selain

itu, tidak semua responden memiliki lahan sendiri untuk berusaha tani. Responden menyewa lahan dengan harga sewa antara 3 juta – 3,5 juta/0,14 hektar/tahun.

1.2.5. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Pengelompokan responden berdasarkan tingkat penghasilan ini bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat penghasilan mempengaruhi keputusan pembelian serta penggunaan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza. Berikut adalah data responden berdasarkan tingkat penghasilan.

Tabel 11. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

No	Tingkat Penghasilan (Rp)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	< 1.000.000	4	9,1
2.	> 1.000.000 – 2.000.000	10	22,7
3.	> 2.000.000 – 3.000.000	11	25
4.	> 3.000.000	19	43,2
Jumlah		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 11, dapat dilihat bahwa lebih dari 40% penghasilan responden di atas Rp 3.000.000 dan sebanyak 25% responden yang memiliki penghasilan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000-. Hal ini menunjukkan bahwa para petani di Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri sangat antusias dalam pembelian dan penggunaan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza karena diasumsikan jika seseorang memiliki tingkat penghasilan yang tinggi, maka daya beli terhadap produk juga akan tinggi.

1.3. Hasil Uji Instrumen dengan Menggunakan Cochran Q test

Uji Cochran Q Test digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dipertimbangkan responden dalam pengambilan keputusan pembelian produk benih jagung manis. Terdapat 24 atribut yang akan dihitung dengan menggunakan Cochran Q Test, diantaranya jumlah biji per kemasan, bentuk tanaman jagung, kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, daya tumbuh, ukuran/bobot tongkol, jumlah tongkol per tanaman, panjang tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), tebal/tipisnya klobot, warna biji jagung manis, kemanisan/kadar gula, tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut), tampilan kemasan, berat kemasan, nama merk dagang, harga, nama produsen, masa

kadaluarsa benih, garansi penggantian produk baru (produk retur), dan ketersediaan (stock) di toko.

Uji Cochran Q Test pada suatu penelitian hanya digunakan pada pertanyaan – pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban “Ya” atau “Tidak”. Kedua pilihan jawaban tersebut dapat dinyatakan dalam nilai 1 sebagai “sukses” dan 0 sebagai “gagal”. Berikut tabel 12 menyajikan data hasil uji Cochran Q Test.

Tabel 12. Hasil Pengukuran Menggunakan Cochran Q Test.

Pengujian	Atribut yang Dihilangkan	Q Hitung	Chi Square / Q Tabel ($\alpha = 0,1$)	Asymp.sig.
1.	-	186,4	32,007	0,000
2.	Tampilan kemasan	146,6	30,813	0,000
3.	Nama produsen	120,4	29,615	0,000
4.	Produk retur	102,4	28,412	0,000
5.	Kemanisan/kadar gula	81,33	27,204	0,000
6.	Panjang tongkol	62,78	25,989	0,000
7.	Tebal/tipisnya klobot	46,83	24,769	0,000
8.	Jumlah biji per kemasan	40,70	23,542	0,001
9.	Ketersediaan di toko	33,15	22,307	0,004
10.	Harga	29,84	21,064	0,008
11.	Jumlah tongkol per tanaman	25,58	19,812	0,019
12.	Nama merk dagang	22,35	18,549	0,034
13.	Daya tumbuh	18,33	17,275	0,074
14.	Masa kadaluarsa benih	15,14	15,987	0,127

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Hasil atribut yang valid dapat ditentukan dengan membandingkan nilai Q hitung dengan nilai *Chi Square* atau Q tabel. Taraf signifikansi yang digunakan pada perhitungan Cochran Q Test kali ini yaitu 10 % atau 0,10. Apabila nilai Q hitung lebih kecil dari nilai *Chi Square* atau Q tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Sebaliknya, apabila Q hitung lebih besar dari nilai *Chi Square* atau Q tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian dilakukan dengan menghilangkan atribut yang tidak valid satu persatu berdasarkan jawaban YA paling sedikit atau jawaban TIDAK paling banyak.

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa pengukuran Cochran Q Test dilakukan dengan pengujian sebanyak 14 kali dengan menghilangkan 13 atribut yang tidak valid. Sedangkan sisanya, atribut – atribut yang valid dipertimbangkan konsumen dalam pembelian benih jagung manis berjumlah 11 atribut diantaranya bentuk tanaman jagung, kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap serangan hama, ketahanan tanaman terhadap serangan penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, ujung tongkol

penuh (mepet), warna biji jagung manis, teba/tipisnya daging buah (rendemen biji serut), dan berat kemasan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.

1.4. Hasil Analisis Persepsi dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Pada penelitian ini, pengukuran persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja produk benih jagung manis menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Tahap – tahap yang akan dilakukan dengan metode ini yaitu menganalisis hasil tingkat kepentingan konsumen, menganalisis tingkat kinerja konsumen, menganalisis tingkat kesenjangan, menganalisis tingkat kesesuaian dan menganalisis atribut dengan diagram kartesius.

1.4.1. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen

Tingkat kepentingan konsumen merupakan harapan yang diinginkan konsumen, dalam hal ini kaitannya dengan atribut pada produk benih jagung manis. Berdasarkan tabel 13, nilai rata – rata dari 11 atribut produk benih jagung manis adalah 3,97. Atribut yang mendapatkan nilai sama dengan atau di atas rata – rata terdapat 7 atribut dari 11 atribut, diantaranya adalah atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), ukuran/bobot tongkol, warna biji jagung manis, dan tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut). Sedangkan atribut lainnya mendapatkan nilai di bawah rata – rata, diantaranya bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, ujung tongkol penuh (mepet), dan berat kemasan. Atribut yang memiliki nilai kurang dari rata - rata dianggap kurang penting atau bahkan tidak penting oleh responden karena di anggap kurang memberikan kontribusi kepada responden dalam keputusan pembelian serta penggunaan produk benih jagung manis. Penilaian dari keseluruhan atribut, nilai tertinggi terdapat pada jawaban P (Penting), yaitu dengan skor 179. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan atribut produk benih jagung manis di rasa penting keberadaannya oleh konsumen dan di harapkan memiliki tingkat kinerja yang baik. Berikut data mengenai tingkat kepentingan disajikan pada tabel 13. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 4.

Tabel 13. Tingkat Kepentingan Konsumen

No	Atribut	Tingkat Kepentingan					Σ	Rata - rata
		TP 1	KP 2	CP 3	P 4	SP 5		
1.	Bentuk tanaman jagung	0	0	18	17	9	167	3,80
2.	Kuantitas hasil produksi	0	0	2	17	25	199	4,52
3.	Ketahanan tanaman terhadap hama	0	0	16	13	15	175	3,97
4.	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	0	0	12	18	14	178	4,04
5.	Ketahanan simpan (klobot awet hijau)	0	0	12	21	11	175	3,97
6.	Umur panen tanaman	0	0	19	12	13	170	3,86
7.	Ukuran/bobot tongkol	0	0	11	14	19	184	4,18
8.	Ujung tongkol penuh (mepet)	0	0	24	18	2	154	3,50
9.	Warna biji jagung manis	0	0	14	19	11	173	3,93
10.	Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)	0	0	6	22	16	185	4,20
11.	Berat kemasan	0	0	24	8	12	164	3,72
Rata – rata							43,72	3,97

Sumber: Analisis Data Primer, 2018.

Keterangan tabel:

SP : Sangat Penting

P : Penting

CP : Cukup Penting

KP : Kurang Penting

TP : Tidak Penting

1.4.2. Hasil Analisis Tingkat Kinerja Atribut Produk Benih Jagung Manis

Tingkat kinerja produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza merupakan jawaban dari responden mengenai hasil yang dirasakan konsumen dalam menggunakan produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza. Analisis tingkat kinerja produk ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza ini bekerja dengan baik sesuai dengan kinerja masing-masing atribut. Data mengenai tingkat kinerja produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza akan disajikan pada tabel 14 dan 15.

Tabel 14. Tingkat Kinerja Produk Jagung Manis Merek Talenta

No	Atribut	Tingkat Kinerja					Σ	Rata - rata
		TB 1	KB 2	CB 3	B 4	SB 5		
1.	Bentuk tanaman jagung	0	0	1	33	10	185	4,20
2.	Kuantitas hasil produksi	28	6	8	2	0	72	1,63
3.	Ketahanan tanaman terhadap hama	0	0	31	13	0	145	3,30
4.	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	0	0	14	27	3	165	3,75
5.	Ketahanan simpan (klobot awet hijau)	0	0	12	20	12	176	4,00
6.	Umur panen tanaman	0	0	0	11	33	209	4,75
7.	Ukuran/bobot tongkol	0	0	0	25	19	195	4,43
8.	Ujung tongkol penuh (mepet)	0	0	0	8	36	212	4,81
9.	Warna biji jagung manis	0	0	28	11	5	153	3,47
10.	Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)	0	0	0	29	15	191	4,34
11.	Berat kemasan	0	0	0	0	44	220	5,00
Rata – rata							43,70	3,97

Sumber: Analisis Data Primer, 2018.

Keterangan tabel:

SB : Sangat Baik

B : Baik

CB : Cukup Baik

KB : Kurang Baik

TB : Tidak Baik

Berdasarkan tabel 14, nilai rata – rata dari 11 atribut produk benih jagung manis adalah 3,97. Atribut yang mendapatkan nilai di atas rata – rata terdapat 7 atribut dari 11 atribut, diantaranya adalah atribut bentuk tanaman jagung, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut), dan berat kemasan. Sedangkan atribut lainnya mendapatkan nilai dibawah rata -rata, diantaranya atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, dan warna biji jagung manis. Penilaian keseluruhan atribut, di peroleh nilai total jawaban terbanyak, yaitu pada jawaban SB (Sangat Baik) dengan nilai total 178. Keseluruhan atribut-atribut produk benih jagung manis merek Talenta dinilai SB (Sangat Baik) oleh responden, meskipun

pada nilai tingkat kinerja produk, terdapat beberapa yang mendapatkan skor rata-rata kurang baik.

Tabel 15. Tingkat Kinerja Produk Jagung Manis Merek Bonanza

No	Atribut	TINGKAT KINERJA					Σ	Rata - rata
		TB 1	KB 2	CB 3	B 4	SB 5		
1.	Bentuk tanaman jagung	0	0	10	25	9	174	3,95
2.	Kuantitas hasil produksi	25	5	11	3	0	80	1,80
3.	Ketahanan tanaman terhadap hama	0	2	33	9	0	139	3,15
4.	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	0	26	18	0	0	106	2,40
5.	Ketahanan simpan (klobot awet hijau)	0	16	28	0	0	116	2,63
6.	Umur panen tanaman	0	0	0	11	33	209	4,75
7.	Ukuran/bobot tongkol	0	0	0	14	30	206	4,68
8.	Ujung tongkol penuh (mepet)	0	0	34	10	0	142	3,22
9.	Warna biji jagung manis	0	6	29	9	0	135	3,06
10.	Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)	0	0	0	21	23	199	4,52
11.	Berat kemasan	0	0	0	0	44	220	5,00
Rata – rata							39,22	3,56

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Keterangan tabel:

SB : Sangat Baik

B : Baik

CB : Cukup Baik

KB : Kurang Baik

TB : Tidak Baik

Berdasarkan tabel 15, dapat dilihat nilai rata – rata dari 11 atribut produk benih jagung manis adalah 3,56. Atribut yang mendapatkan nilai di atas rata – rata terdapat 5 atribut dari 11 atribut, diantaranya adalah bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut, dan berat kemasan. Sedangkan atribut lainnya mendapatkan nilai di bawah rata – rata, yaitu atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, warna biji jagung manis, ketahanan simpan (klobot awet hijau), ujung tongkol penuh (mepet). Penilaian keseluruhan atribut, diperoleh nilai total jawaban terbanyak, yaitu pada jawaban CB (Cukup Baik)

dengan nilai total 163. Keseluruhan atribut-atribut produk benih jagung manis merek Bonanza dinilai CB (Cukup Baik) oleh responden, meskipun pada nilai tingkat kinerja produk, terdapat beberapa yang mendapatkan skor rata-rata kurang baik.

Berdasarkan tabel 14 dan 15, dapat disimpulkan bahwa kinerja atribut benih jagung manis merek Talenta lebih unggul daripada produk benih jagung manis merek Bonanza. Jumlah atribut untuk merek Talenta yang di atas nilai rata – rata sebanyak 7 atribut, sedangkan untuk merek Bonanza sebanyak 5 atribut. Selain itu pilihan jawaban responden untuk merek Talenta lebih banyak adalah “sangat baik”, sedangkan untuk merek Bonanza paling banyak adalah “cukup baik”. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 5 dan 6.

1.4.3. Hasil Analisis Tingkat Kesenjangan (GAP) dan Tingkat Kesesuaian Atribut Produk Benih Jagung

Analisis tingkat kesenjangan konsumen ini diperoleh dari nilai kesenjangan atau nilai GAP antara skor rata-rata tingkat kinerja produk (X) dan skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen (Y). Selisih nilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen yang rendah menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, sedangkan selisih nilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah.

Setelah menganalisis tingkat kesenjangan (GAP), kemudian menganalisis tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan kepentingan dihitung dengan cara skor kinerja (X) dibagi dengan skor kepentingan (Y) dan dikali 100%. Hal ini bertujuan untuk mengetahui berapa persen tingkat kesesuaian, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut. Berikut disajikan pada tabel 16 dan 17 mengenai tingkat kesenjangan (GAP) dan tingkat kesesuaian atribut produk benih jagung manis.

Pada tabel 16 dapat di lihat dari 11 atribut produk benih jagung manis merek Talenta memiliki tingkat kepuasan yang berbeda – beda. Berikut adalah hasil tingkat kesenjangan dan tingkat kesesuaian produk benih jagung manis merek Talenta.

Tabel 16. Tingkat Kesesuaian Produk Benih Jagung Merek Talenta

No	Atribut	\bar{X} kepentingan	\bar{Y} kinerja	GAP	Tk. Kesesuaian (%)
1.	Bentuk tanaman jagung	4,20	3,80	0,40	110,77
2.	Kuantitas hasil produksi	1,63	4,52	- 2,89	36,18
3.	Ketahanan tanaman terhadap hama	3,30	3,97	- 0,67	82,85
4.	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	3,75	4,04	- 0,29	92,69
5.	Ketahanan simpan (klobot awet hijau)	4,00	3,97	0,03	100,57
6.	Umur panen tanaman	4,75	3,86	0,89	122,94
7.	Ukuran/bobot tongkol	4,43	4,18	0,25	105,97
8.	Ujung tongkol penuh (mepet)	4,81	3,50	1,31	137,66
9.	Warna biji jagung manis	3,47	3,93	- 0,46	88,43
10.	Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)	4,34	4,20	0,14	103,24
11.	Berat kemasan	5,00	3,72	1,28	134,14
Rata - rata				- 0,001	101,40

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 16, terdapat 7 atribut yang memiliki nilai kesenjangan (GAP) dan kesesuaian yang positif yakni atribut bentuk tanaman jagung, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut) dan berat kemasan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat sesuai terhadap atribut ini. Hal ini didukung dengan pernyataan responden mengenai 7 atribut produk benih jagung manis merek Talenta yakni atribut bentuk tanaman jagung saat pertumbuhan normal bahwa tinggi tanaman berkisar 1,5 - 2,0 meter, berdaun lebat, memiliki batang kekar, dan akar yang kuat. Atribut ketahanan simpan (klobot awet hijau) mampu bertahan hingga 4 – 5 hari setelah panen. Kebanyakan petani di Kecamatan Kayen Kidul setelah melakukan panen langsung menjual jagung manis melalui tengkulak atau ke pasar induk. Atribut umur panen tanaman jagung saat pertumbuhan normal berkisar 70 – 75 hari. Selanjutnya atribut ukuran/bobot tongkol menurut pernyataan responden yakni setiap tanaman jagung

manis berisi 4 – 5 tongkol/kg. Ukuran/bobot tongkol tersebut tergantung pada cuaca dan cara perawatan tanaman jagung manis. Atribut ujung tongkol penuh (mepet) memiliki ukuran ujung tongkol tidak penuh sebesar 1 – 2 sentimeter. Atribut tebal/tipisnya daging buah saat pertumbuhan normal memiliki daging buah tebal, janggal kecil dan klobot tebal. Atribut yang terakhir yakni berat kemasan yang rata – rata toko pertanian di Kecamatan Kayen Kidul menjual dengan berat kemasan 250 gram/kemasan.

Tabel 17. Tingkat Kesesuaian Produk Benih Jagung Merek Bonanza

No	Atribut	\bar{X} kepentingan	\bar{Y} kinerja	GAP	Tk. Kesesuaian (%)
1.	Bentuk tanaman jagung	3,95	3,80	0,15	104,19
2.	Kuantitas hasil produksi	1,8	4,52	- 2,72	40,20
3.	Ketahanan tanaman terhadap hama	3,15	3,97	- 0,82	79,42
4.	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	2,40	4,04	- 1,64	59,55
5.	Ketahanan simpan (klobot awet hijau)	2,63	3,97	- 1,34	66,28
6.	Umur panen tanaman	4,75	3,86	0,89	122,94
7.	Ukuran/bobot tongkol	4,68	4,18	0,50	111,95
8.	Ujung tongkol penuh (mepet)	3,22	3,50	- 0,28	92,20
9.	Warna biji jagung manis	3,06	3,93	- 0,87	78,03
10.	Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)	4,52	4,20	0,32	107,56
11.	Berat kemasan	5,00	3,72	1,28	134,14
Rata - rata				- 0,411	89,12

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Pada tabel 17, dapat dilihat bahwa terdapat 5 atribut yang memiliki nilai kesenjangan (GAP) dan kesesuaian yang positif yakni bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, tebal/tipisnya daging buah, dan berat kemasan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat sesuai terhadap atribut ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden mengenai kelima atribut benih jagung manis merek Bonanza. Bentuk tanaman jagung manis dari merek Bonanza memiliki kriteria tinggi > 1,7 meter, batang kekar dan daun lebar.

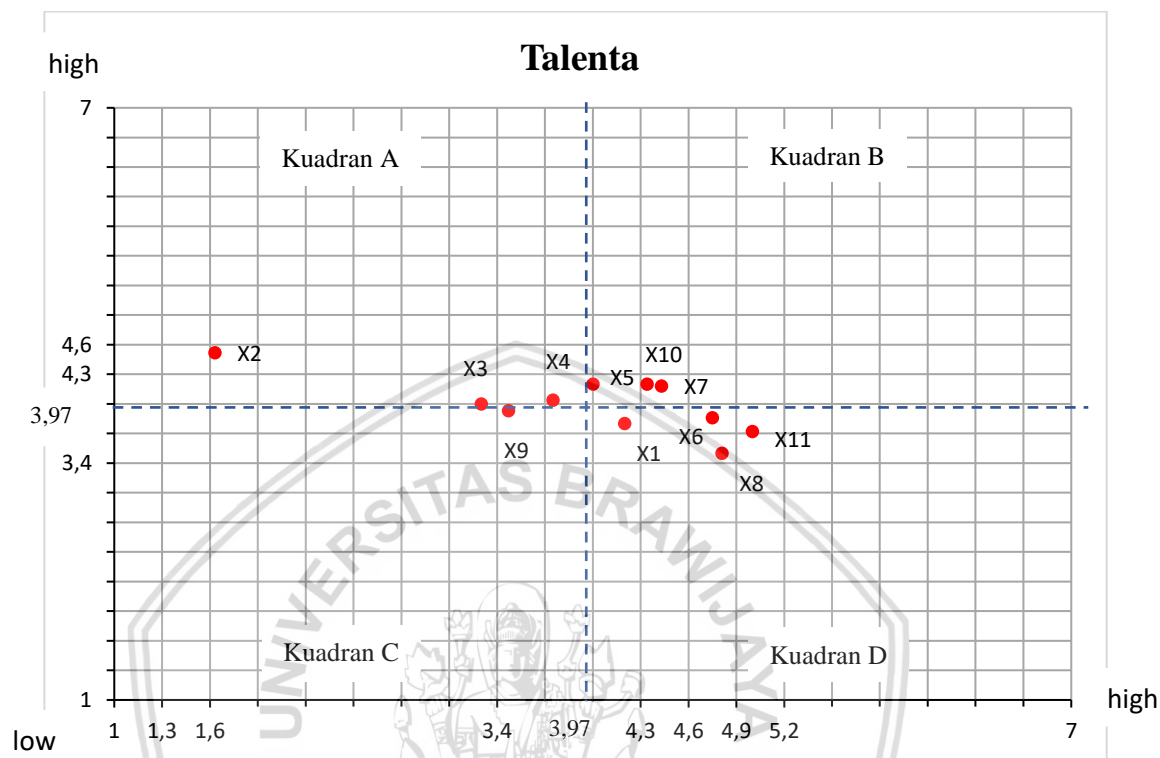
Umur panen tanaman jagung manis merek Bonanza berkisar < 75 hari. Berat kemasan benih jagung manis merek Bonanza sama dengan merek Talenta yaitu 250 gram/kemasan. Namun, ada beberapa responden yang menyatakan bahwa ada perbedaan antara benih Talenta dan Bonanza yakni pada atribut ketahanan tanaman terhadap serangan hama dan penyakit, ukuran/bobot tongkol dan tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut). Jagung manis dari benih Bonanza lebih mudah terserang hama dan penyakit, memiliki ukuran tongkol lebih besar, biji jagung manis lebih besar dan rasa/rendemen biji serut lebih manis daripada jagung manis dari merek Talenta.

Berdasarkan tabel 16 dan 17, dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah atribut yang memiliki nilai tingkat kesesuaian di atas 100 % lebih banyak untuk merek Talenta daripada merek Bonanza. Jumlah atribut merek Talenta yang memiliki nilai tingkat kesesuaian diatas 100 % adalah sebanyak 7. Sedangkan untuk merek Bonanza nilai tingkat kesesuaian yang diatas 100 % berjumlah 5. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih kinerja atribut yang ditawarkan produk merek Talenta daripada merek Bonanza.

1.4.4. Hasil Pemetaan Prioritas Atribut menggunakan Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X , Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja / pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan konsumen. Berikut disajikan diagram kartesius untuk merek Talenta dan Bonanza pada gambar 3 dan 4.

Pada gambar 4, dapat dilihat bahwa dari 11 atribut produk benih jagung manis merek Talenta menempati kuadran yang berbeda – beda. Berikut adalah penjelasan tiap – tiap kuadran produk benih merek Talenta.



Gambar 3. Diagram Kartesius Merek Talenta

Keterangan tabel:

- | | |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| X1: Atribut bentuk tanaman jagung | X7: Atribut ukuran/bobot tongkol |
| X2: Atribut kuantitas hasil produksi | X8: Atribut ujung tongkol penuh (mepet) |
| X3: Atribut Ketahanan tanaman terhadap hama | X9: Atribut warna biji jagung manis |
| X4: Atribut Ketahanan tanaman terhadap penyakit | X10: Atribut tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut) |
| X5: Atribut ketahanan simpan (klobot awet hijau) | X11: Atribut berat kemasan |
| X6: Atribut umur panen | |

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut yang termasuk dalam kategori kuadran A adalah atribut kuantitas hasil, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit. Bagian kuadran A menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan tinggi namun memiliki nilai kinerja rendah. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada tabel 16, atribut ini memiliki nilai tingkat harapan yang tinggi dan nilai tingkat kinerja yang rendah. Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur – unsur jasa yang dianggap penting, tetapi pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan kata lain, konsumen merasa kecewa atau tidak puas terhadap atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, dan warna biji jagung manis. Atribut ini merupakan atribut yang benar-benar harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk manajemen pemasaran yang akan datang. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden bahwa tanaman jagung manis dari benih talenta kurang tahan terhadap serangan hama dan penyakit yang menyebabkan hasil produksi kurang maksimal. Contoh hama yang sering menyerang tanaman jagung manis yaitu tikus, belalang dan ulat. Sedangkan untuk penyakit yang sering menyerang tanaman jagung manis yaitu bulai dan jamur.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang termasuk dalam kuadran B adalah atribut ketahanan simpan klobot (klobot awet hijau), ukuran/bobot tongkol, dan tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut). Bagian pada kuadran B menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan yang tinggi dan nilai kinerja tinggi. Atribut pada kuadran B merupakan atribut atau unsur jasa pokok telah berhasil dilakukan oleh perusahaan, dianggap sudah penting dan memuaskan konsumen, sehingga wajib untuk dipertahankan oleh perusahaan. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada tabel 16, atribut ini memiliki nilai di atas rata - rata kesenjangan (GAP). Terbukti sesuai dengan pernyataan responden bahwa ketiga atribut tersebut dianggap sudah penting dan memuaskan diantaranya ketahanan simpan klobot lebih dari 5 hari, ukuran tongkol yang besar, dan daging buah tebal.

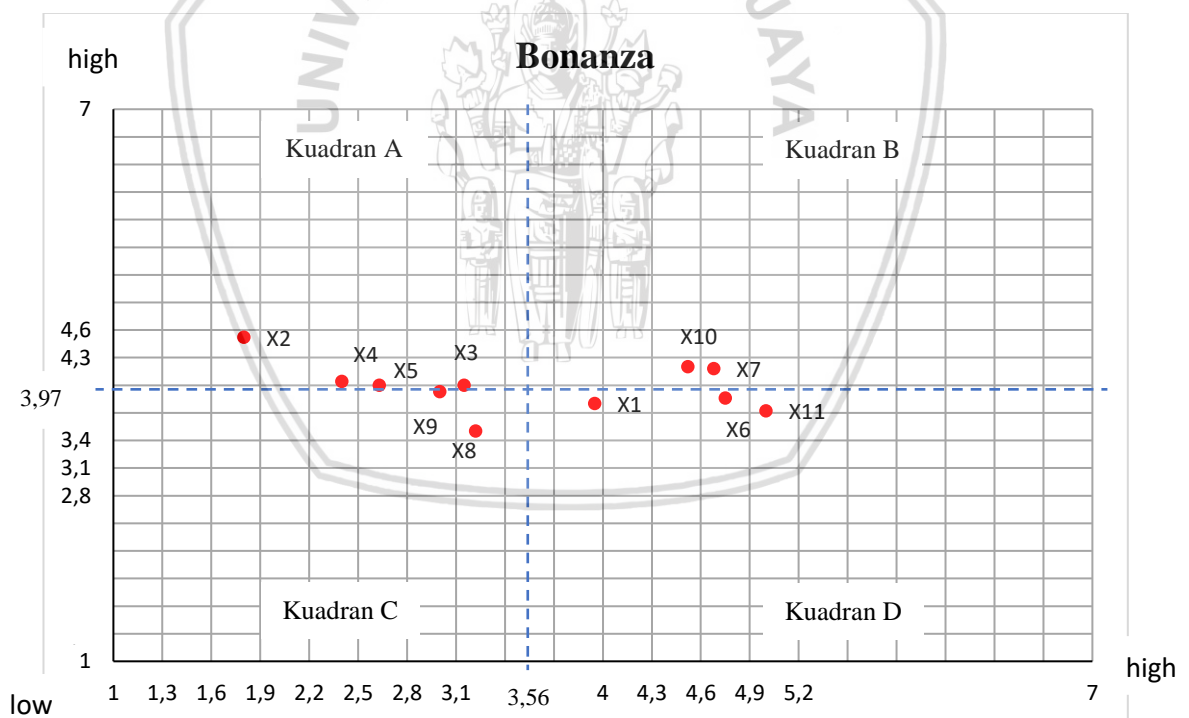
3. Kuadran C (Prioritas rendah).

Atribut yang termasuk dalam kuadran C adalah atribut warna biji jagung manis. Bagian pada kuadran C menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan dan kinerja yang rendah. Atribut pada kuadran C dikatakan kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan pelaksanaannya oleh perusahaan juga biasa – biasa saja. Dengan kata lain, konsumen merasa kurang penting dan kurang memuaskan terhadap atribut warna biji jagung manis. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada tabel 16, atribut warna biji jagung manis memiliki nilai di bawah rata - rata kesenjangan (GAP). Hal ini disebabkan bahwa responden tidak terlalu

memperdulikan mengenai warna biji jagung manis, namun lebih menaruh perhatian pada atribut-atribut lain yang memiliki manfaat cukup besar terhadap usaha taninya seperti kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama dan penyakit.

4. Kuadran D (Berlebihan).

Atribut yang termasuk dalam kuadran D adalah atribut bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, ujung tongkol penuh (mepet), dan berat kemasan. Bagian pada kuadran D menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan yang rendah dan nilai kinerja yang tinggi atau bisa dikatakan berlebihan. Nilai kesenjangan (GAP) untuk atribut bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, ujung tongkol penuh (mepet) dan berat kemasan juga dapat di katakan sudah memuaskan karena nilai rata-rata tingkat kinerja produk lebih dari tingkat kepentingan konsumen. Oleh karena itu, manajemen tidak perlu mengalokasikan sumber daya yang berlebih lagi terhadap atribut ini karena akan menyebabkan pemborosan.



Gambar 4. Diagram Kartesius Merek Bonanza

Keterangan tabel:

- X1: Atribut bentuk tanaman jagung
- X2: Atribut kuantitas hasil produksi
- X3: Atribut Ketahanan tanaman terhadap hama
- X4: Atribut Ketahanan tanaman terhadap penyakit
- X5: Atribut ketahanan simpan (klobot awet hijau)
- X6: Atribut umur panen

- X7: Atribut ukuran/bobot tongkol
- X8: Atribut ujung tongkol penuh (mepet)
- X9: Atribut warna biji jagung manis
- X10: Atribut tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)
- X11: Atribut berat kemasan

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut yang termasuk dalam kategori kuadran A adalah atribut kuantitas hasil, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, dan ketahanan simpan (klobot awet hijau). Bagian pada kuadran A menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan tinggi namun nilai kinerjanya rendah. Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur – unsur jasa yang dianggap penting, tetapi pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada tabel 17, atribut ini memiliki nilai tingkat harapan yang tinggi dan nilai tingkat kinerja yang rendah. Dapat dikatakan, konsumen merasa kecewa atau tidak puas terhadap atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, dan ketahanan simpan (klobot awet hijau).

Atribut ini merupakan atribut yang benar-benar harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk manajemen pemasaran yang akan datang. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden bahwa tanaman jagung manis dari benih bonanza mudah terserang hama dan penyakit, bahkan lebih sering daripada tanaman jagung manis dari merek talenta. Selain itu, untuk ketahanan simpan (klobot awet hijau) jagung manis dari benih bonanza kurang tahan lama daripada jagung manis dari merek talenta, sehingga responden tidak dapat menyimpan jagung manis terlalu lama dan langsung menjual ke pengepul.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang termasuk dalam kuadran B adalah atribut ukuran/bobot tongkol, dan tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut). Bagian pada kuadran B menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan yang tinggi dan nilai kinerja tinggi. Atribut pada kuadran B merupakan atribut atau unsur jasa pokok telah berhasil dilakukan oleh perusahaan, dianggap sudah penting dan memuaskan konsumen, sehingga wajib untuk dipertahankan oleh perusahaan. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada tabel 17, atribut ini memiliki nilai di atas rata - rata kesenjangan (GAP).

Terbukti sesuai dengan pernyataan responden bahwa ketiga atribut tersebut dianggap sudah penting dan memuaskan diantaranya ukuran tongkol yang besar, dan daging buah tebal. Responden juga menambahkan bahwa ukuran/bobot tongkol jagung manis dari benih bonanza lebih besar dan daging buah lebih tebal daripada jagung manis dari merek talenta, sehingga hasil kuantitas produksi yang dihasilkan cukup tinggi.

3. Kuadran C (Prioritas rendah).

Atribut yang termasuk dalam kuadran C adalah atribut ujung tongkol penuh (mepet), dan warna biji jagung manis. Bagian pada kuadran C menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan dan kinerja yang rendah. Atribut pada kuadran C dikatakan kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan pelaksanaannya oleh perusahaan juga biasa – biasa saja. Dengan kata lain, konsumen merasa kurang penting dan kurang memuaskan terhadap atribut warna biji jagung manis. Jika diukur dengan menilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen pada tabel 16, atribut warna biji jagung manis memiliki nilai di bawah rata - rata kesenjangan (GAP).

Hal ini disebabkan bahwa responden tidak terlalu memperdulikan mengenai atribut warna biji jagung manis dan atribut ujung tongkol penuh (mepet), namun lebih menaruh perhatian pada atribut-atribut lain yang memiliki manfaat cukup besar terhadap usaha taninya seperti kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama dan penyakit. Responden juga mengatakan bahwa untuk atribut ujung tongkol penuh (mepet), jagung manis dari benih talenta lebih baik/mepet daripada jagung manis dari benih bonanza. Sedangkan untuk atribut warna biji jagung manis hampir sama dengan biji jagung manis dari merek talenta yaitu berwarna kuning.

4. Kuadran D (Berlebihan).

Atribut yang termasuk dalam kuadran D adalah atribut bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, dan berat kemasan. Bagian pada kuadran D menunjukkan bahwa atribut memiliki nilai harapan yang rendah dan nilai kinerja yang tinggi atau bisa dikatakan berlebihan. Nilai kesenjangan (GAP) untuk atribut bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, ujung tongkol penuh (mepet) dan berat kemasan juga dapat dikatakan sudah memuaskan karena nilai rata-rata tingkat

kinerja produk lebih dari tingkat kepentingan konsumen. Sehingga, manajemen tidak perlu menambahkan variasi yang berlebih lagi terhadap atribut ini karena akan menyebabkan pemborosan. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden bahwa kinerja yang tercantum pada kemasan benih jagung untuk atribut bentuk tanaman jagung, umur panen tanaman, dan berat kemasan sesuai dengan kenyataan pada saat di lapang. Selain itu, hasil kinerja ketiga atribut tersebut juga sama dengan kinerja dari jagung manis merek Talenta.

Berdasarkan pada gambar 3 dan 4, dapat diambil kesimpulan bahwa atribut yang termasuk dalam kuadran A (Prioritas utama) yang perlu perbaikan hampir sama antara merek talenta dan bonanza yaitu kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, dan ketahanan tanaman terhadap penyakit. Kecuali untuk jagung manis dari benih merek bonanza, terdapat 1 atribut tambahan yaitu ketahanan simpan (klobot awet hijau). Menurut Rusastra dan Kasryno (2007), keengganan petani untuk kurang memanfaatkan teknologi produksi jagung hibrida yang menyebabkan produksi jagung tidak sesuai dengan yang diharapkan, ini dikarenakan oleh beberapa hal, antara lain (1) harga benih jagung hibrida mahal dan hanya dapat ditanam sekali; (2) kebutuhan pupuk lebih banyak, sehingga biaya produksinya menjadi tinggi; (3) umurnya lebih panjang; (4) menghendaki lahan yang relatif subur; (5) lemahnya permodalan petani sehingga tidak tersedia modal yang cukup untuk membeli benih, pupuk, dan obat-obatan yang dibutuhkan; (6) sering terlambatnya suplai benih sehingga tidak tepat waktu tanamnya; dan (7) kurangnya rangsangan produksi yang diberikan oleh pasar kepada petani jagung.

Selain itu, penyebab lain yang menyebabkan produktivitas jagung manis menurun menurut Susbandi dan Pasaribu (1996), adalah akibat serangan penyakit bulai yang berpengaruh pada tanaman jagung antara 16% - 99%, bergantung kepada kualitas benih jagung dan kultivar jagung dan termasuk juga jagung manis yang ditanam. *Crop Protection Compendium* (CPC) (2000), juga menambahkan bahwa serangan hama berupa lalat bibit dapat merusak pertanaman hingga 80% bahkan 100% juga mengakibatkan produksi jagung manis menurun. Penggerek batang dapat menyerang seluruh fase perkembangan tanaman dan seluruh bagian tanaman jagung. Hama dan penyakit tanaman semakin merusak apabila hidup pada kondisi lingkungan yang sesuai dengan kebutuhannya. Kondisi lahan yang lembab dan atau

kondisi lahan yang kering, serta budidaya tanaman dengan teknik yang kurang tepat seperti monokultur yang berkepanjangan dan penggunaan bahan kimia seperti pupuk dan pestisida yang tidak tepat juga berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan populasi hama penyakit. Hal ini menumbuhkan adanya dinamika populasi hama dan penyakit pada areal pertanaman.

Hama dan penyakit tanaman jagung manis tidak hanya berkembang pada saat di lapang, namun juga dapat berkembang pada tempat penyimpanan bahan makanan. Penyimpanan jagung manis dilakukan petani, pedagang, produsen benih, dengan berbagai kepentingan antara lain untuk keamanan pangan, kebutuhan benih pada musim berikutnya, dipasok ketempat lain, atau menunggu harga yang lebih baik. Selama dipenyimpanan, biji jagung manis dapat terserang oleh berbagai spesies serangga hama gudang dan tikus. Menurut Granados (2000), faktor yang menyebabkan ketahanan simpan (klobot awet hijau) jagung manis kurang maksimal yaitu ada 13 spesies serangga hama yang dapat hidup beradaptasi dengan baik dalam penyimpanan jagung yaitu 10 ordo Coleoptera, dan 3 ordo Lepidoptera, tetapi hama yang sering dan dapat menimbulkan kerugian hanya beberapa species. Kehilangan hasil oleh jasad pengganggu seperti hama kumbang bubuk, pada tempat penyimpanan diperkirakan sekitar 30%, dengan biji rusak 100% bila disimpan selama 6 bulan di daerah tropis, Mexico (Bergvinson, 2002).

Upaya peningkatan produksi jagung manis di dalam negeri, baik untuk perusahaan benih PT. Agri Makmur Pertiwi (AMP) dan Panah Merah (*PT. East West Seed*) dan petani jagung manis perlu adanya beberapa tindakan. Menurut Saenong *et al.*, (2007), pengelolaan tanaman pada kegiatan produksi benih jagung berbeda dengan kegiatan budidaya tanaman jagung secara umum. Untuk mendapatkan kemurnian benih yang tinggi diperlukan kegiatan *rouging*, *detasseling* dan pembabatan tetua jantan. *Rouging* merupakan kegiatan membuang tanaman yang menyimpang dari tipe rata-rata dan yang tertular penyakit berdasarkan hasil pengamatan secara *visual*. *Detasseling* merupakan kegiatan membuang bunga jantan pada tetua betina untuk mencegah penyerbukan sendiri (*selfing*). Pembabatan tetua jantan dilakukan untuk menghindari tongkol terpanen karena biji pada tongkol tetua jantan merupakan hasil *selfing*.

Lingkungan tumbuh tanaman jagung juga perlu diperhatikan untuk mendapatkan produksi maksimal. Untuk menghasilkan benih jagung dengan mutu yang tinggi diusahakan agar tanaman dapat dipanen pada kondisi tidak ada hujan, sehingga pola curah hujan di wilayah pengembangan produksi benih perlu diidentifikasi. Hasil penelitian Arief dan Saenong (2003) di Bone, Sulawesi Selatan, menunjukkan bahwa benih jagung yang dipanen lebih awal atau lambat mempunyai viabilitas yang menurun dengan cepat.

Selain kegiatan pengelolaan benih jagung manis di perusahaan, petani juga perlu memperhatikan beberapa hal apabila produksi jagung manis agar meningkat dan mengurangi serangan hama dan penyakit. Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan perbaikan cara bertanam, yaitu mengatur populasi atau jarak tanam (Suprpto, 1985). Jarak tanaman ini dapat mengatur populasi tanaman agar efisien dalam penggunaan cahaya, mengurangi kompetisi tanaman (penggunaan air, hara, dan ruang tumbuh) serta dapat menekan perkembangan hama penyakit. Menurut Harjadi (1996) umumnya populasi tanaman yang tinggi pada suatu lahan dapat meningkatkan produksi tanaman, tetapi banyaknya tanaman dalam memanfaatkan cahaya matahari dapat mempengaruhi bentuk tanaman seperti tinggi tanaman, lebar tajuk tanaman dan bobot panen tanaman. Musa *et al*, (2007) menambahkan bahwa usaha untuk peningkatan produksi tanaman pada luasan tertentu dapat dilakukan dengan meningkatkan populasi tanaman yaitu dengan pengaturan jarak tanam.

Jarak tanam yang semakin sempit memerlukan jumlah benih yang semakin banyak. Apabila jagung ditanam dengan sistem tanam monokultur akan membutuhkan benih jauh lebih banyak dibanding dengan sistem tanaman tumpang sari. Penentuan jarak tanam ini ditentukan oleh umur varietas jagung dan populasi tanaman yang optimum (AAK, 1993). Ketersediaan hara di dalam tanah sifatnya terbatas sehingga terjadi kompetisi antar tanaman dalam aksetisi hara apabila ketersediaan hara dalam tanah kurang, maka penggunaan pupuk merupakan suatu kebutuhan bagi tanaman dalam hal mencukupi kebutuhan nutrisi dan menjaga keseimbangan hara yang tersedia selama siklus pertumbuhan tanaman. Pemberian pupuk NPK adalah salah satu usaha dalam memenuhi kebutuhan hara bagi tanaman jagung (Leiwakabessyet al., 2003). Oleh karena itu, dibutuhkan jarak tanam yang

efesien dan pemberian pupuk NPK yang efisien untuk meningkatkan pertumbuhan dan hasil tanaman jagung yang optimal.

1.5. Hasil Analisis Kepuasan Menggunakan Metode CSI (*Customer Satisfaction Indeks*)

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) dilakukan setelah analisis *Importance Performance Analisis* (IPA) dilakukan. Jika analisis IPA dilakukan dengan tujuan mengetahui tingkat kesenjangan antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen per atribut penelitian, maka analisis CSI ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza. Berikut ini disajikan tabel 19 mengenai perhitungan analisis CSI.

Kolom *Mean Satisfaction Score* didapatkan dari skor rata-rata tingkat kinerja seperti pada Tabel 14. Kolom *Mean Importance Score* didapat dari skor rata-rata tingkat kepentingan seperti pada Tabel 13. Kolom *Weighted Factors* didapatkan dari skor *Mean Importancen Score* atribut dibagi dengan skor total *Mean Importance Score* dikali 100. *Weighted Score* didapatkan dari skor *Mean Satisfaction Score* atribut dikali dengan *Weighted Factor* atribut.

Tabel 18. *Customer Satisfaction Index* (CSI) merek Talenta dan Bonanza.

No	<i>Mean Satisfaction Score</i>		<i>Mean Importance Score</i>	<i>Weighted Factors</i>	<i>Weighted Score</i>	
	Talenta	Bonanza			Talenta	Bonanza
1.	4,20	3,95	3,80	8,69	36,53	34,35
2.	1,63	1,80	4,52	10,34	16,86	18,62
3.	3,30	3,15	3,97	9,08	29,98	28,62
4.	3,75	2,40	4,04	9,24	34,67	22,19
5.	4,00	2,63	3,97	9,08	36,34	23,89
6.	4,75	4,75	3,86	8,83	41,96	41,96
7.	4,43	4,43	4,18	9,56	42,38	42,38
8.	4,81	4,81	3,50	8,01	38,53	38,53
9.	3,47	3,47	3,93	8,99	31,21	31,21
10.	4,34	4,34	4,20	9,61	41,72	41,72
11.	5,00	5,00	3,72	8,51	42,57	42,57
Σ	43,68	40,73	43,69	100	392,79	366,08
Rata – rata					78,55	73,21

Sumber: Analisis Data Primer, 2018.

Pada tabel 18, dapat di lihat bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang didapat adalah nilai CSI untuk merek Talenta lebih besar yaitu sebesar 78,55

daripada nilai CSI untuk merek Bonanza sebesar 73,21. Nilai ini didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=P}^P WSi}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{392,79}{5} \times 100\%$$

$$CSI \text{ talenta} = 78,55$$

$$CSI = \frac{\sum_{i=P}^P WSi}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{366,08}{5} \times 100\%$$

$$CSI \text{ bonanza} = 73,21$$

Berdasarkan perhitungan di atas, nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) apabila dimasukkan dalam kriteria CSI menurut Startford (2004), yang telah dijelaskan dalam metode penelitian maka diperoleh produk benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza masuk dalam kriteria puas. Hal ini sesuai dengan pernyataan responden bahwa responden merasa puas dengan produk benih jagung manis Talenta dan Bonanza. Namun, responden lebih memilih produk benih jagung manis Talenta daripada benih produk benih jagung manis Bonanza karena jagung manis Talenta lebih tahan dari serangan hama dan penyakit daripada jagung manis Bonanza. Selain itu jagung manis Talenta memiliki daya simpan yang lebih lama dan harga jual dari jagung manis Talenta lebih stabil daripada jagung manis Bonanza.

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi petani terhadap atribut benih jagung manis merek Talenta menurut hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu atribut yang kinerjanya tidak sesuai dengan kepentingan petani antara lain, kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, dan ketahanan tanaman terhadap penyakit. Atribut yang kinerjanya sesuai dengan kepentingan petani meliputi ketahanan simpan (klobot awet hijau), ukuran/bobot tongkol, tebal/tipis daging buah (rendemen biji serut). Atribut yang kurang diperhatikan oleh petani yaitu atribut warna biji jagung manis. Atribut yang kurang dipentingkan namun memiliki kinerja yang baik diantaranya berat kemasan, umur panen, bentuk tanaman jagung, ujung tongkol penuh (mepet).
2. Persepsi petani terhadap atribut benih jagung manis merek Bonanza menurut hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu atribut yang kinerjanya tidak sesuai dengan kepentingan petani antara lain kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, dan ketahanan tanaman terhadap penyakit dan ketahanan simpan (klobot awet hijau). Atribut yang kinerjanya sesuai dengan kepentingan petani meliputi tebal/tipisnya daging buah dan ukuran/bobot tongkol. Atribut yang kurang diperhatikan oleh petani yaitu warna biji jagung dan ujung tongkol penuh (mepet). Atribut yang kurang dipentingkan namun memiliki kinerja yang baik antara lain berat kemasan, umur panen tanaman, dan bentuk tanaman jagung manis.
3. Tingkat kepuasan petani terhadap jagung manis merek Talenta dan Bonanza menurut hasil analisis *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), diperoleh nilai CSI benih jagung manis merek Talenta sebesar 78,55% (petani merasa puas). Sedangkan untuk nilai CSI benih jagung manis merek Bonanza sebesar 73,21% (petani puas merasa).

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Atribut benih jagung manis merek Talenta yang dinilai kurang sesuai hasil kinerjanya dengan kepentingan petani yaitu atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan terhadap serangan hama dan penyakit. Sedangkan untuk benih jagung manis merek Bonanza yaitu atribut kuantitas hasil produksi, ketahanan terhadap serangan hama, penyakit dan ketahanan daya simpan klobot. Perusahaan penghasil benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza diharapkan melakukan perbaikan terhadap atribut – atribut tersebut. Kegiatan perbaikan dapat dilakukan dengan perbaikan teknik produksi benih jagung manis supaya didapatkan benih yang menghasilkan jagung manis yang tahan terhadap hama, penyakit dan daya simpan.
2. Petani merasa puas terhadap hasil jagung manis merek Talenta dan Bonanza, diharapkan untuk perusahaan penghasil benih jagung manis merek Talenta dan Bonanza mampu mempertahankan kualitas jasa perusahaannya.
3. Hasil penelitian menunjukkan meski benih jagung manis merek Talenta sebagai pemimpin pasar, namun tingkat kepuasan petani masih belum masuk dalam kategori sangat puas. Oleh karena itu dalam penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengembangkan penelitian pada aspek hubungan kepuasan petani dengan loyalitas konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- AAK, 1993. Budidaya Tanaman Padi. Kanisius, Jakarta.
- Agustina Shinta, Fitria Dina Riana, dan Wiendra Mufidah Ulfah. 2013. Analysis Of Satisfaction And Loyalty Level Of Organic Vegetable Farmers On Brenjonk Organic Community Management System (Case Study Of Trawas District Of Mojokerto Regency, East Java, Indonesia). IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF). Volume 2. PP 51-58
- Aisyah Erinda, Srikandi Kumadji, dan Sunarti. 2016. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 30 No. 1
- Arief, R. dan S. Saenong. 2003. Ketahanan simpan benih jagung (*Zea mays* L.) dari beberapa takaran dan waktu pemberian kalium. Jurnal Stigma. Vol. XI No. 1 : 1-5.
- Arif Alfiyani Sugiharto Noor, A dan Widaryanto Eko. 2014. Pengaruh Umur Transplanting Benih dan Pemberian Berbagai Macam Pupuk Nitrogen Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Jagung Manis (*Zea mays* L. *saccharate* Strut). Jurnal Produksi Tanaman. 2 (1): 1-9.
- Arikunto, 1993, Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Kesembilan, Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar, Saifudin. 2007. Metodologi Penelitian. Pustaka Belajar: Jakarta
- Badan Pusat Statistika Kediri. 2017. Kayen Kidul Dalam Angka
- Badan Pusat Statistika. 2016. Produksi Tanaman Holtikultura Nasional (Ton), 2012 – 2016. www.bps.go.id. Diakses pada tanggal 12 Januari 2018
- Bergvinson, D. 2002. Post Harvest Training Manual. CIMMYT, El Batan, Mexico. 58 hal.
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Budi, Purbayu., & Ashari. 2005. Analisis statistika dengan Microsoft Excel & SPSS. Yogyakarta : Andi.
- C. Urrea-Hernandez, C.J.M. Almekinders, Y.K. van Dam. 2016. Understanding Perceptions Of Potato Seed Quality Among Small-Scalefarmers In Peruvian Highlands. NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences 76 (2016) 21–28
- Crop Protection Compendium. 2000. 2nd edition. Commonwealth Agricultural Bureaux (CAB).
- Edition. New Jersey, Prentice Hall. Solomon (2010).
- Engel, J.F., D.B. Roger, dan W.M. Paul. 1994. Perilaku Konsumen. Edisi keenam. Jilid 1. Binarupa Aksara. Jakarta.
- F. Tjiptono, Chandra, 2007. Service, Quality & Satisfaction, Edisi 2, Yogyakarta: Andi.

- Gerson, Richard. 2004. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta(ID): PPM.
- Granados,G. 2000. Maize Insect. In Tropical Maize. Improvement and Production. (Ed.) By R.L.Polinal dan G.Granados. Food and Agriculture Organization of United Nations.Rome. Hal. 81 – 92.
- Harjadi,S.S. 1996. Pengantar Agronomi. Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Husein Umar, 2003, Metode Riset Akuntansi Terapan, Jakarta : Ghalia Indonesia, Cetakan Pertama.
- Husein Umar, 2003, Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Karunia, R. (2016). Analisis Kepuasan Petani terhadap Kualitas Pelayanan dan Produk Benih Hibrida (Studi Kasus pada Usahatani Jagung Manis di Desa Giripurno, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu). Skripsi, Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian, Malang.
- Kasryno, F., E. Pasandaran, Suyamto, dan M.O. Adnyana. 2007. Gambaran Umum Ekonomi Jagung Indonesia. Dalam Sumarno, Suyamto, A. Widjono, Hermanto, dan H. Kasim (Eds.). Jagung: Teknik Produksi dan Pengembangan. Puslitbang Tanaman Pangan. Bogor. hlm. 474–497.
- Koswara, J. 1986. *Budidaya jagung manis (zae mays saccharata) Bahan kursus budidaya jagung manis dan jagung merang*. Fakultas Pertanian. IPB, Bogor.
- Kotler, P . 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Millenium. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Leiwakabessy, F.M. dan A. Sutandi. 2003. Pupuk dan Pemupukan. Departemen Ilmu Tanah. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://teknis-budidaya.blogspot.com/2007/10/budidaya-jagung>. [14/010/2012]
- Lovelock et al. 1999. *Manajemen Pemasaran Jasa*. New Jersey (ID): Pr Hall International Inc.
- Maholtra, Nareshk. 1996. Marketing Research and Applied Oriented. Prentice Hall. Upper Saddle River. New Jersey.
- Maulidayanti. 2012. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Bakpao Telo (Studi pada Sentra Pengembangan Agribisnis Terpadu “SPAT” Republik Telo Pasuruan). Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Murni, A.,M dan Arief, R., W. 2008. Teknologi Budidaya Jagung. Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian Badan Penelitian Dan Pengembangan Pertanian 2008. Lampung
- Musa Rosidah, John Pallister, Matthew R. dan Norzaidi M. D. 2010. Application of Importance Performance Analysis (IPA) to Formulate Customer Satisfaction Strategies in The Direct Sales Industry in Malaysia. Bussiness Strategy Series 11 (5): 277-285
- Musa, S., Rahmi, A.Jumiati, 2007. Pengaruh Dosis Pupuk terhadap Jumlah Tanaman. Penebar Swdaya. JakartaNegeri Lampung, Bandar Lampung.

- Nila Swastika, Tri Yanto, dan Anny Hartati. 2013. Performansi Kualitas Atribut Beras Organik Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Beras Organik Di Kabupaten Sragen. ISSN: 1410-0029 Agrin Vol. 17, No. 2
- Pabbage MS, Zubachtirodin, dan Saenong S. 2008. *Dukungan Teknologi dalam Peningkatan Produksi Jagung. Dalam: Prosiding Simposium V Tanaman Pangan-Inovasi Teknologi Tanaman Pangan*. Pusat Penelitian Tanaman Pangan. Bogor. p. 239–251
- Rusastra, IW. dan F Kasryno F. 2005. Analisis Kebijakan Ekonomi Jagung Nasional. Dalam F. Kasryno, E. Pasandaran, dan A.M. Fagi (Eds.). *Ekonomi Jagung Indonesia*. Badan Litbang Pertanian. Jakarta. hlm. 256–288.
- Saenong, S., M. Azrai, R. Arief, dan Rahmawati. 2007. Pengelolaan benih jagung dalam Jagung : Teknik Produksi dan Pengembangan. Balai Penelitian Tanaman Serealia. Maros. Hal 146 – 174.
- Schiffman, Leon g and Kanuk. (2004). *Consumer Behavior 8th Edition*, New Jersey, Prentice hall
- Simamora Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri. Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Solomon, Michael R. (2009). *Consumer Behavior: Buying, Having, Being 8th*
- Stratford. 2004. <http://www.Stratford.gof.uf/comunity/council-805.cfm.htm> .Stratford on Avon District Council Costumer Statisfuction Indeks. (Diakses Pada tanggal 11 November 2014)
- Sugito, J., R. Palungkun dan E. Liatyowati. 1991. *Sweet Corn Baby Corn*. Penebar Swadaya. Jakarta. 83 hlm.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujoko. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemakai Jasa Warnet di Kota Jember. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2, No.1, pp 9-20.
- Sukandarrumidi, (2004). *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Suprato T. 1985. Analisis Perilaku Ekonomi Rumah Tangga Pertanian Irian Jaya. [tesis]. Bogor. Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Susbandi, M. Sudjadi, dan D. Pasaribu. 1996. Laporan Hasil Pemantauan Penyakit Bulai dan Benih palsu pada Pertanaman Jagung Hibrida di Lampung: Laporan Tahunan Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.

- Syukur, M. dan A. Rifianto. 2013. *Jagung Manis*. Penebar Swadaya. Jakarta. 124 hlm.
- Zulganef. 2006. *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung :Pustaka

